

0 35

# forskningsrapport

Den guida turen –  
forvaltningstiltak med turist-appell?  
Ein samanliknande studie av tre turgrupper  
på Røros, med vekt på den guida turen  
gjennom Sølendet Naturreservat

Odd Inge Vistad



NINA

NORSK INSTITUTT FOR NATURFORSKNING

# Den guida turen – forvaltningstiltak med turist-appell?

Ein samanliknande studie av tre turgrupper  
på Røros, med vekt på den guida turen  
gjennom Sølendet Naturreservat

Odd Inge Vistad

## NINAs publikasjoner

NINA utgir seks ulike faste publikasjoner:

### NINA Forskningsrapport

Her publiseres resultater av NINAs eget forskningsarbeid, i den hensikt å spre forskningsresultater fra institusjonen til et større publikum. Forskningsrapporter utgis som et alternativ til internasjonal publisering, der tidsaspekt, materialets art, målgruppe m.m. gjør dette nødvendig.

### NINA Utredning

Serien omfatter problemoversikter, kartlegging av kunnskapsnivået innen et emne, litteraturstudier, sammenstilling av andres materiale og annet som ikke primært er et resultat av NINAs egen forskningsaktivitet.

### NINA Oppdragsmelding

Dette er det minimum av rapportering som NINA gir til oppdragsgiver etter fullført forsknings- eller utredningsprosjekt. Opplaget er begrenset.

### NINA Notat

Serien inneholder symposie-referater, korte faglige redegjørelser, statusrapporter, prosjektskisser o.l. i hovedsak rettet mot NINAs egne ansatte eller kolleger og institusjoner som arbeider med tilsvarende emner. Opplaget er begrenset.

### NINA Temahefter

Disse behandler spesielle tema og utarbeides etter behov for å informere om viktige problemstillinger i samfunnet. Målgruppen er "allmennheten" eller særskilte grupper, f.eks. landbruket, fylkesmennenes miljøvernavdelinger, turist- og friluftlivskretser o.l. De gis derfor en mer populærfaglig form og med mer bruk av illustrasjoner enn ovennevnte publikasjoner.

### NINA Fakta-ark

Hensikten med disse er å gjøre de viktigste resultatene av NINAs faglige virksomhet, og som er publisert andre steder, tilgjengelig for et større publikum (presse, ideelle organisasjoner, naturforvaltningen på ulike nivåer, politikere og interesserte enkeltpersoner).

I tillegg publiserer NINA-ansatte sine forskningsresultater i internasjonale vitenskapelige journaler, gjennom populærfaglige tidsskrifter og aviser.

Vistad, O. I. Den guida turen - forvaltningstiltak med turist-appell? Ein samanliknande studie av tre turgrupper på Røros, med vekt på den guida turen gjennom Sølendet Naturreservat. NINA Forskningsrapport 35: 1-56

Lillehammer, juni 1992

ISSN 0802-3093

ISBN 82-426-0272-7

Forvaltningsområde:

Norsk: Friluftsliv

Engelsk: Outdoor recreation

Rettighetshaver ©:

NINA Norsk institutt for naturforskning

Publikasjonen kan siteres fritt med kildeangivelse

Redaksjon:

Bjørn Petter Kaltenborn

NINA, Lillehammer

Design og layout:

Eva M. Schjetne

Kari Sivertsen

Tegnekantoret NINA

Sats: NINA

Trykk: Strindheim trykkeri al

Opplag: 300

Trykt på klorfritt papir

Kontaktadresse:

NINA

Tungasletta 2

7005 Trondheim

Tel: 07 58 05 00



## Referat

Vistad, O. I. 1992. Den guida turen - forvaltningstiltak med turistappell? Ein samanliknande studie av tre turgrupper på Røros, med vekt på den guida turen gjennom Sølendet Naturresevat - NINA forskningsrapport 35: 1 - 56

Emneord: guiding, naturattraksjon, kulturattraksjon, naturforvaltning, turiståtfærd, segmentering.

Odd Inge Vistad, NINA, Fåberggt. 106, N-2600 Lillehammer.

Rapporten tek utgangspunkt i forvaltnings- og reiselivsmessige problem og utfordringar knytt til fritidsmessig naturbruk og til allemannsretten. Den guida turen i naturen er eit verkemiddel i naturforvaltninga og er også ofte eit turistprodukt. Måla for dette arbeidet er å vurdere attraksjonskrafta i eit naturbasert i høve til eit kulturbasert turtillbod, samt å finne ut kor viktig sjølve guidinga er for turdeltakinga.

Prosjektet kartlegg tre turgrupper på Røros - den guida turen på Sølendet, sjølv-organiserte turar på Sølendet og den guida byvandringa i Bergstaden. Kva reknar dei tre gruppene som spesielt attraktivt i Røros-området? Problemstillinga er vidare å avdekkje åtfærdmessige og sosio-demografiske særdrag, graden av friluftslivserfaring og miljøverninteresse i dei tre gruppene, og å prøve å finne indikator mål som karakteriserer deltakarane i kvar av gruppene og kva som eventuelt skil dei frå kvarandre.

"Byvandarane" nemnde i all hovudsak kulturkvalitetar blant attraksjonane på Røros. Kulturkvalitetane var også svært uttrykte hos brukarane av Sølendet, særleg blant dei på guida tur.

Dei som besøkte Sølendet var meir friluft aktive og miljøverninteresserte personar og hadde oftare vore Røros før, enn deltakarane på Bergstad-vandringa. Det var også nokre sosio-demografiske og fleire åtfærdsmessige tema som skilde dei to gruppene.

Ein viktig skilnad mellom dei to gruppene som besøkte Sølendet, var at dei som følgde den guida turen i mindre grad kjende til området frå før. 1/3 av dei som vart guida på Sølendet, kunne ikkje ha tenkt seg å ta turen utan guide; alle desse var førstegongsgjester på Sølendet. Ein innlagt plakatsjon tyder på at lokal marknadsføring har ein viss rekrutteringseffekt til den guida turen på Sølendet.

## Abstract

Vistad, O.I. 1992 The guided trip - a management effort with tourist appeal? A comparative study of three tour groups at Røros with focus on the guided trip through Sølendet Nature Reserve - NINA research report 35: 1 - 56.

Key words: guiding, nature attraction, cultural attraction, nature management, tourist behavior, segmentation.

Odd Inge Vistad, NINA, Fåberggt. 106, N-2600 Lillehammer.

This report deals with management and tourism problems, as well as challenges associated with the common access tradition and recreational use of nature. The guided trip in the outdoors can be seen as a management tool and also often constitutes a tourism product. The purpose of this study is to evaluate the attractiveness of a nature based versus culture based tourism opportunity. It is also a goal to identify the importance of the guiding for the overall participation in the guided trip.

The project identifies three visitor groups at Røros; the guided trip at Sølendet, selforganized trips at Sølendet and the tour in the old mining town of Røros. The project examines what the three groups consider particularly attractive in the Røros region. Furthermore the project identifies behavioral and socio-demographic traits, the degree of former recreational experience and interest in environmental topics. The project also explores indicators characterizing the members of the three groups and factors which distinguishes between the groups.

The "town group" mainly stated cultural assets among the attractions of Røros. Cultural elements were also focused on among the users of Sølendet, especially by those who participated on the guided tours.

Those users visiting Sølendet had a longer recreational use history and greater interest for environmental topics, and had visited Røros more times than the participants on the town trips. Some socio-demographic and several behavioral characteristics differentiated the two groups.

The most salient segmentation criterion for the two groups visiting Sølendet was former knowledge of the area. Those going on the guided trip knew less about the area than those in the other group. One third of those on guided trips would not consider the alternative of taking a trip on their own. All of these were first time visitors. Posters used in the Røros area indicate that local marketing may have some recruitment effect on the guided trip at Sølendet.



## Forord

Dette er ei av fleire undersøkingar som går inn i prosjektet "Naturturisme og naturforvaltning" som starta i 1989, og som går over fem år. Prosjektet er eit samarbeid mellom Direktoratet for Naturforvaltning og Reiselivsseksjonen i Næringsdepartementet. Det tek sikte på å vurdere fellesinteresser og interessekonfliktar mellom reiselivs- og miljøverninteressene. Norsk Institutt for Naturforskning, ved Friluftslivsgruppa på Lillehammer, har ansvaret for å gjennomføre prosjektet.

Takk til Grete Onsøyen som var ein god og tolmelig feltassistent på Sølendet, og som også samla data til si eiga hovudfagsoppgåve i psykologi. Vidare takk til Thor Flognfeldt jr. som tok initiativet til å samordne og klargjere grensene mellom ODH sitt reiselivsprosjekt på Røros og dette prosjektet.

Det hadde vore uråd å gjennomføre dette prosjektet utan lokale støttespelarar på Røros; takk for godt samarbeid til guide og skjøtselsansvarleg på Sølendet Tom Johansen, miljøvernssjef Torfinn Rohde (med familie), naturveileder Magne Idar Evenås, forskingsassistent Trond Arnesen, og ikkje minst "gjengen" ved Røros Turistkontor og særleg dei åtte guidane på byvandringa som hjelpte til med intervjuinga.

Takk også til dr. Sven G. Hultman ved Upplandsstiftelsen som gav konstruktive kommentarar til eit av rapportutkast. Og sist, men ikkje minst: takk til kollegaer ved NINA, særleg Bjørn P. Kaltenborn og Marit Vorkinn som kom med viktige innspel både i planleggingsfasen og under rapporteringa.

Lillehammer, juni 1992

Odd Inge Vistad

# Innhold

Referat .....	3
Abstract .....	3
Forord .....	4
<b>1 Mål og problemstillinger</b> .....	6
<b>2 Definerer av omgrep</b> .....	8
<b>3 Frå losing til læring</b> .....	9
3.1 Kort om fritidsbruken av norsk natur frå ein turistmessig og forvaltningsmessig synsstad - kvifor guida turar? .....	9
3.2 Guida turar i naturmiljø - ein diskusjon av fenomenet og omgrepet .....	9
3.3 Kva bør ein kalle turane på Sølendet og i Bergstaden? .....	10
3.4 Kva rolle spelar guiden? .....	11
3.5 "Uorganisert" fritidsbruk av naturen .....	11
3.5.1 Den norske tradisjonen .....	11
3.5.2 Guiden som stimulator eller dempar? .....	12
3.6 Oppsummering .....	12
<b>4 Mellom turisten og attraksjonen</b> .....	13
4.1 Kva er det turisten søker? .....	13
4.1.1 Om motiv .....	13
4.1.2 Om attraksjon .....	15
4.2 Kven blir med på guida turar i naturmiljø? .....	17
4.2.1 Om segmentering av turistar .....	17
4.2.2 Segmentering på Røros .....	18
<b>5 Bakgrunnen for å velje Røros, Bergstaden og Sølendet</b> .....	19
5.1 Røros Bergstad og Byvandringa .....	19
5.2 Sølendet Naturreservat .....	19
5.2.1 Naturstien og bruken av Sølendet .....	20
5.2.2 Naturrettleing og marknadsføring .....	20
5.3 Naturveiledningsprosjektet .....	22
5.4 Reiselivsundersøkinga 1991 .....	22
<b>6 Metode</b> .....	23
6.1 Design .....	23
6.2 Val av populasjonar .....	23
6.3 Om spørjeskjema og intervjuprosedyre .....	23
6.4 Administrering av undersøkinga .....	24
6.4.1 Utvalsprosedyre .....	24
6.4.2 Om utvala .....	24
6.5 Validitet og reliabilitet .....	25
6.6 Representativitet .....	26

6.7 Statistisk analyse .....	26
6.8 Marknadsføring .....	27
6.9 Kvantifisering av besøket på Sølendet .....	27

<b>7 Resultat I: Deltakarane på dei guida turane på Sølendet</b> .....	28
7.1 Tidlegare kjennskap til Røros og Sølendet .....	28
7.2 Kva er det som gjer Røros attraktivt? .....	28
7.3 Opphaldet i Røros-regionen .....	28
7.4 Personlege karakteristika .....	29
7.5 Friluftslivserfaring .....	29
7.6 Miljøverninteresse .....	29
7.7 Kvar har deltakarane fått informasjon om turen? .....	29
7.8 Andre sider ved gjennomføringa av turen .....	30

<b>8 Resultat II: Dei sjølv-organiserte gjestene på Sølendet - skil dei seg frå dei som vart guida?</b> .....	37
8.1 Kva er det som gjer Røros attraktivt? .....	37
8.2 Kor viktig var det å gå utan / med guide? .....	37
8.3 Andre sider ved deltakarane og opphaldet på Røros / Sølendet .....	37

<b>9 Resultat III: Byvandrarene i Bergstaden - skil dei seg frå dei som vart guida på Sølendet?</b> .....	41
9.1 Tidlegare kjennskap til Røros .....	41
9.2 Kva er det som gjer Røros attraktivt? .....	41
9.3 Opphaldet i Røros-regionen .....	41
9.4 Personlege karakteristika .....	41
9.5 Friluftslivserfaring .....	41
9.6 Miljøverninteresse .....	42
9.7 Kvar har deltakarane fått informasjon om turen? .....	42

<b>10 Diskusjon</b> .....	47
10.1 Kva er attraktivt i Røros-området? .....	47
10.2 Naturoppleving eller kulturoppleving - kven vel kva? .....	47
10.3 Ulike måtar å oppleve Sølendet på og ulike funksjonar ved guida turar .....	48
10.4 Guida turar i naturmiljø som reiselivsprodukt .....	50
10.5 Guida turar i naturmiljø som tiltak i naturforvaltninga .....	50
10.6 Marknadsføringa av Sølendet og andre naturattraksjonar .....	51
10.7 Om prosjektet, Røros og validiteten .....	51

<b>11 Litteratur</b> .....	52
----------------------------	----

<b>Vedlegg 1</b> Infoplakat om den guida turen på Sølendet og byvandringa i Bergstaden .....	55
--	----

<b>Vedlegg 2</b> Infoplakat om den guida turen på Sølendet .....	56
--	----



# 1 Mål og problemstillingar

Ramma for dette delprosjektet er å vurdere interessa for guida turar i naturmiljø, der attraksjonsnivået er lokalt / regionalt. Dette temaet vert følgd opp i 1992/93 med eit tilsvarande delprosjekt der attraksjonsnivået er nasjonalt / internasjonalt (kval-safari på Andøya).

Her kartlegg eg ymse sider ved tre turgrupper / turprodukt i Røros kommune:

1. Dei guida turane gjennom Sølendet Naturreservat
2. Det uorganiserte besøket til Sølendet Naturreservat
3. Dei guida byvandringane gjennom Røros Bergstad

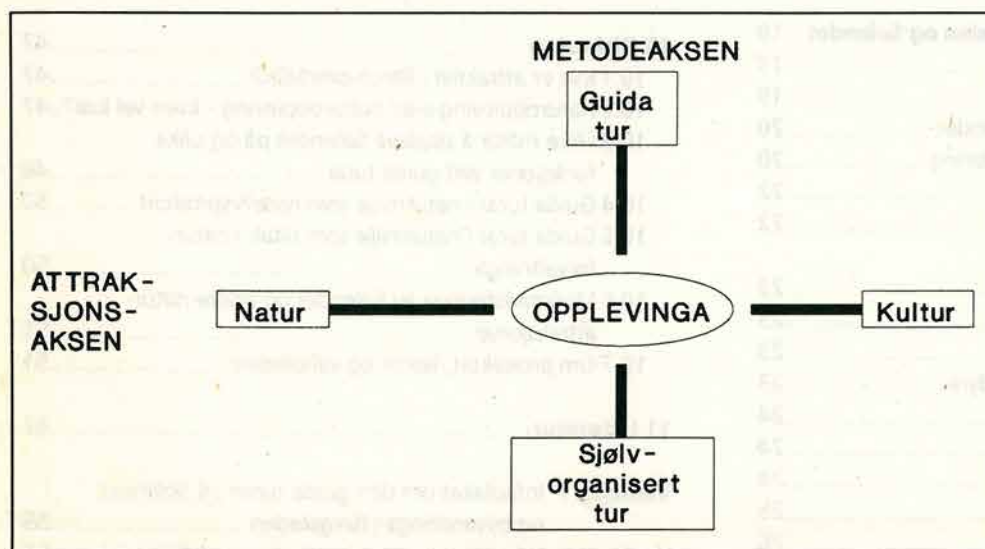
Hovudvekta ligg på tur nr. 1, med dei to neste som samanlikningsgrunnlag.

## Hovudmåla for dette prosjektet er:

1. å vurdere attraksjonskrafta i eit naturbasert, i høve til eit kulturbasert turtilbod.
2. å vurdere kva tyding guidinga / guiden / den guida turen, har for sjølve turdeltakinga og turopplevinga for den einkilde deltakar. I kapittel 3 og 4 går eg gjennom ein del **teoretisk grunnlagsstoff**. Bakgrunnen var behovet for å gå djupare inn i **koplinga mellom turisten og attraksjonen, samt å få klargjort det mangesidige fenomenet 'guida tur'**. Dette stoffet kunne vore gjort til eit internt grunnlagsdokument, men er teke med her fordi det bør ha interesse utover "Naturturisme-prosjektet".

På denne bakgrunnen følgjer så dei konkrete **problemstillingane**:

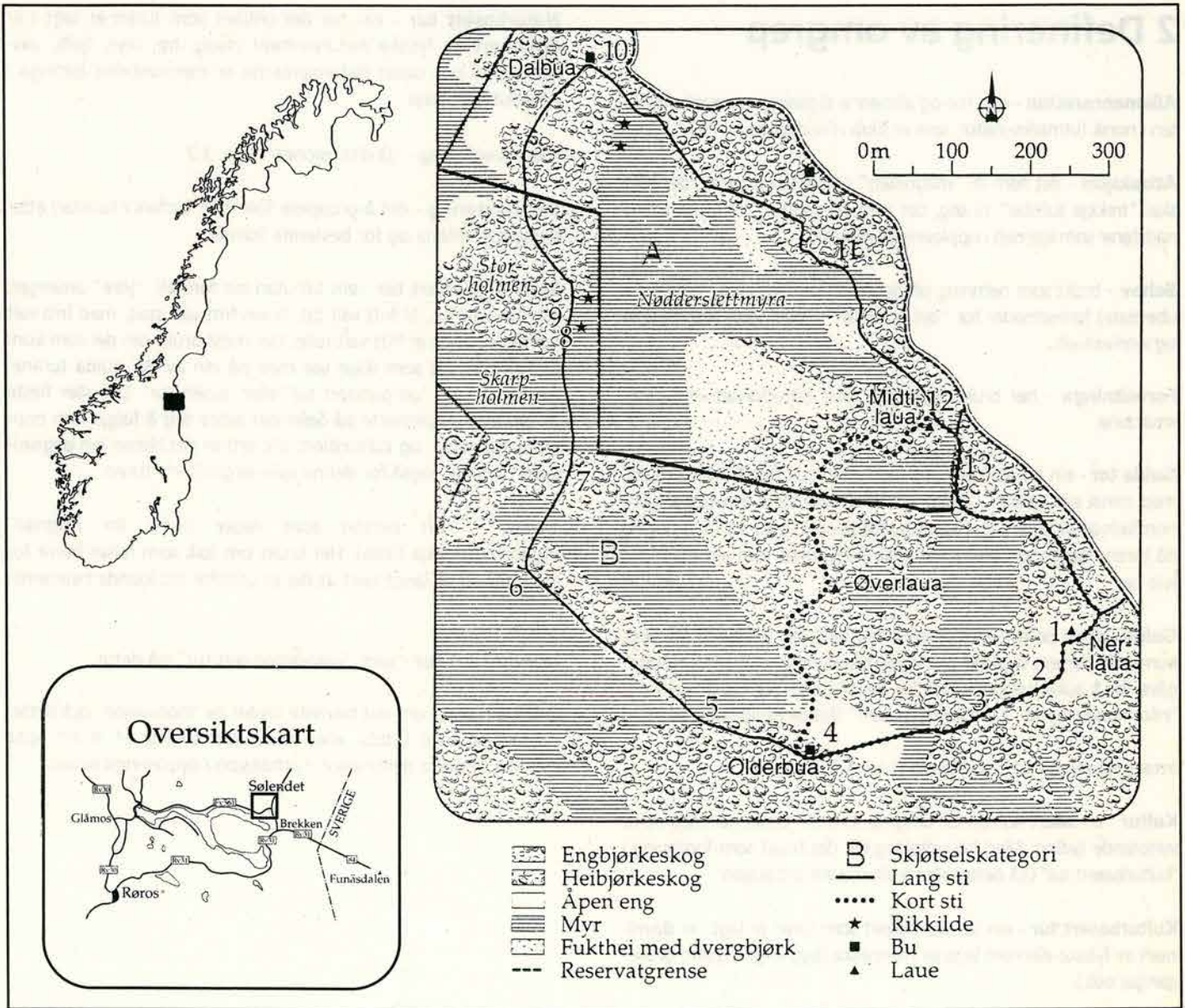
1. Kva meiner dei tre brukarkategoriene er særleg attraktivt i Røros-området? - Er det skilnad mellom gruppene og eventuelt kva slag skilnad?
2. Er det ulike turistkategoriar som vel dei ulike turprodukt? Dvs. ulike når det gjeld turismessig åtferd som:
  - reiserute /-type
  - reisefølge
  - overnattingsform
  - opphaldstid på Røros
  - tidlegare opphald på Røros
  - tidlegare friluftslivserfaring?
3. Kva særpregar deltakarane på den guida turen på Sølendet, når det gjeld heimstad, alder, kjønn, inntekt, utdanningsnivå og miljøverninteresse. Er nokon av desse personlege karakteristika viktige skiljekriteria mellom dei tre ulike turgruppene?
4. Kor viktig var det for den einkilde å følgje ein guida tur på Sølendet, eventuelt å gå utan guide på Sølendet? Korleis vurderer dei to ulike brukarkategoriene på Sølendet dette?
5. Hadde den innlagde "plakataksjonen" nokon innverknad på turdeltakinga på Sølendet?



**Figur 1.1**

*To dimensjonar i turopplevinga – ei skisse for prosjektet. - Two dimensions in the touring experience. Sketch for the project.*





**Figur 1.2**

Oversiktskart, med eit detaljert kart over natur- og kulturstien på Sølendet. - Small-scale map, with a detailed map of the nature- and culture trail at Sølendet.



## 2 Definerer av omgrep

**Allemannsretten** - den frie og allmenne tilgangen og opphaldsretten i norsk (utmarks-)natur, som er sikra i Friluftlova av 1957.

**Attraksjon** - det som er "magneten" i turistsamanheng; det som skal "trekkje turistar" til seg, det som operatøren / seljaren marknadsfører som kjernen i opplevingskvaliteten.

**Behov** - brukt som nemning på dei mest fundamentale (og gjerne ubevisste) føresetnader for "det gode liv" - fysiologisk, psykologisk og intellektuelt.

**Forvaltninga** - her brukt synonymt med naturforvaltnings-styresmaktene.

**Guida tur** - ein tur som er formalisert og oftast forhåndsorganisert, med minst ein person - guide - med ansvar for å leie sjølve gjennomføringa av turen. Det kan vere både open eller lukka deltaking på turen. Rapporten diskuterer ulike funksjonar som ein guida tur kan ha.

**Guide** - a) ein person som er ansvarleg for å leie ein guida tur; vedkomande har ein vegvisarrolle og ei oftast også ei formidlingsoppgåve for å auke turopplevinga for deltakarane. b) Også brukt om 'informasjonshefte', t.d. "Røros-guiden" (Røros Reiselivslag 1991).

**Interpretation** - sjå diskusjonen i kap. 3.2.

**Kultur** - eit svært komplekst omgrep som blir brukt her med noko varierende tyding. Men hovudsakleg blir det brukt som forstaving i 'kulturbasert tur' (sjå dette) eller 'kulturbasert attraksjon'.

**Kulturbasert tur** - ein tur der miljøet som turen er lagt i er **dominert** av fysiske element laga av menneske (bygningar, gater, gruvegangar osv.).

**Kulturisme** - nytta synonymt med kultur-turisme; altså turisme der kultur-opplevinga står svært sentralt.

**Lystbrukar av natur** - brukt om frivillig, fritidsmessig bruk av natur, utan tankar om økonomisk utbytte.

**Motiv** - brukt med noko varierende tyding. Stort sett brukt som eit sett med indre faktorar som påverkar korleis ein person handlar (som turist / fritidsmenneskje) for å tilfredsstillere eit 'behov' (sjå dette).

**Naturbasert tur** - ein tur der miljøet som turen er lagt i er **dominert** av fysiske naturelement (skog, tre, myr, fjell), uavhengig av om desse naturelementa er menneskeleg betinga / påverka eller ikkje.

**Naturvegledning** - sjå diskusjonen i kap. 3.2.

**Segmentering** - det å gruppere folk (her: turfolk / turistar) etter bestemte kriteria og for bestemte formål.

**Sjølv-organisert tur** - ein tur utan ein formell, "ytre" arrangør; ein fritt valt tur, til fritt valt tid, til ein fritt valt stad, med fritt valt turfølgje, langs ei fritt valt rute. Her mest brukt om dei som kom til Sølendet og som ikkje var med på ein av dei guida turane. Her også kalla 'uorganisert tur' eller 'eigen tur'. Dei aller fleste av dei sjølv-organiserte på Sølendet synt seg å følgje den opparbeidde natur- og kulturstien; slik sett er det likevel ein **organisert** "setting" også for denne sjølv-organiserte turen.

**Turist** - "ein person som reiser berre for hugnad" (Nynorskordboka 1986). Her brukt om folk som reiser berre for hugnad, og så langt bort at dei er utanfor sitt kjende heimemiljø.

**Uorganisert tur** - som 'Sjølv-organisert tur'; sjå dette.

**Ønskje** - brukt om det bevisste nivået av 'motivasjon' (sjå dette) i samband med fritids- eller feriereiser. Ønskje er oftast retta mot ein bestemt destinasjon / attraksjon / opplevingsressurs.

## 3 Frå losing til læring

### 3.1 Kort om fritidsbruken av norsk natur frå ein turistmessig og forvaltningsmessig synsstad - kvifor guida turar?

Opplevingsmessig bruk av norsk natur (utmark) er i prinsippet gratis og mogeleg for alle; denne 'allmannsretten' er forankra i Friluftslova av 1957. Men denne retten er ikkje berre eit gullkanta gode; ulike forvaltningsmessige problem "under" allmannsretten er t.d. handsama av Hammitt et al. (1992).

Her nemner eg nokre av utfordringane slik dei kan arte seg for reiselivs- og/eller naturforvaltningsinteressene.

**1. Korleis kan norske reiselivsbedrifter utvikle og betre sitt produkt (les: naturopplevinga), slik at turisten vel å betale for det, framfor å bruke det gratis? Og korleis kan dette gjerast utan å krysse miljøverninteressene?**

2. Utanlandske turoperatørar arrangerer alt i dag ymse opplevings-/aktivitetsturar i norsk natur. Nokre (eller mange?) av desse er lagt til verna område (t.d. danske kanotur i Femundsmarka), og det er ikkje usannsynleg at nettopp vernestatusen er eit viktig marknadsføringspoeng for operatøren. Denne typen bruk er det vanskeleg for forvaltninga å kontrollere (kommersiell bruk av t.d. nasjonalparker er i prinsippet er forbode). For den lokale reiselivsnæringa kan problemet vere minst like stort og irriterande som for forvaltninga: dei veit at slike turar blir arrangerte frå utlandet, men dei veit også at dei sjølve ikkje kan gjere noko liknande utan å "bli avslørte". Inntektene av slike "pakketurar" går stort sett ut av både lokalsamfunnet og landet. **Er det her aktuelt å kople forvaltnings- og lokale nærings- (les: reiselivs-) interesser til felles beste?**

Dette siste spørsmålet fører direkte vidare til det tredje punktet:

**3. Allemannsretten gjer det vanskeleg for forvaltninga å kome i direkte kontakt med lystbrukaren av natur.** Dette blir gjerne kompensert ved overordna informasjonskampanjar ("Hold Norge rent!"), informasjon gjennom organisasjonar, eller fysiske informasjonstiltak (plakatar, tavler og i aukande grad info-senter). Det å arrangere guida turar kan både tilfredsstillende eit opplysnings- og styringsbehov for forvaltninga, erstatte andre forvaltningstiltak, auke opplevinga hjå visse brukargrupper og trekkje nye brukarar ut i naturen.

4. Det er sannsynleg at forvaltningsbehovet for verneområda vil auke framover, og såleis også kostnadene. **Er det naudsynt og eventuelt**

**vilje til, å tenkje nytt når det gjeld inntekter,** og t.d. sjå deltakaravgift frå guida turar i ein slik samanheng? Vil slike turar vere så attraktive i t.d. ein turistsamanheng at dette er eit reelt inntektspotensiale?

### 3.2 Guida turar i naturmiljø – ein diskusjon av fenomenet og omgrepet

Ein 'guida tur' kan ha svært mange tydingar og funksjonar. Kapittel 3.1 peika ut noko av retninga for 'guida tur' i denne samanhengen; i dette tematiske / historiske kapitlet vil eg prøve å klargjere det ytterlegare. Men det broka utgangspunktet for prosjektet (eit forvaltningsmessig, eit turismemessig (system), eit turistmessig (individ) og eit friluftslivsmessig), fører ikkje her fram til noko enkel presisering av 'guida tur'.

Ein kort norsk historikk, kan godt starte med å kalle den guida turen for '**ei vandring med kjentmann i naturen**' (ei kjønnskeiv, men historisk korrekt skriveform). Vi har ein lang tradisjon i norsk samanheng, frå den tida britiske Sportsmen "oppdaga og utforska" den ville (slik dei såg det), norske fjell- og fjordheimen på 1800-talet, ofte med ein innfødd slitar og vegvisar<sup>1</sup>. Slingsby (1904) nemner ein av sine turar (i 1874) som illustrerer polariseringa mellom ønskt og uønskt slit. Dei kjøpte seg vekk frå det uønskete slitet og fekk samstundes trygg losing (s.25):

*"Så fortalte vi Anfind om vår plan, og han og tre norske turister ga oss mange verdifulle opplysninger. Men de sa bestemt at den rute vi hadde planlagt, ikke kunne gjennomføres, og at der var en stor isbre full av sprekker som aldri kunne passeres av mennesker. Kunne man gi eventyrlystne engelskmenn et bedre budskap?*

*Vi trengte en stedkjent mann til å hjelpe oss med å ta fatt på bergveggen mot Vetti på den andre siden av Utta, og leiet derfor en kraftig ung mann som het Thomas, til å føre oss så langt som til breen, og bære to ryggsekker. Telt og bagasje lot vi ligge igjen."*

Ein viktig skilnad mellom denne 1800-tals vandringa og det som i dag blir kalla 'guida tur', er rolla til kjentmannen. Den er endra / utvida frå å vere ein **berar, slitar og vegvisar** til å vere ein **kunnig formidlar og rettleiar bygd på kunnskap og erfaring om naturforhold, historie, ferdsel og miljø**.<sup>2</sup> Omgrepet 'kjentmann' er altså ikkje tilfredsstillande eller tilstrekkeleg i denne moderne turutgåva.

<sup>1</sup> Den reine vegvisar-funksjonen er sjølvsagt langt eldre, om ein ser bak lyst- og overskotsfenomena friluftsliv og turisme. Tak t.d. den rolla fleire Tydølær vart påtvinga av generaløyntant Armfeldt på nyåret 1719 for å vise armeen på 5800 mann vegen gjennom Sylan til Handöl i Jämtland (Hansson 1990).

<sup>2</sup> Poenget er ikkje å fornekte at det "pedagogiske" var til stades også for hundre år sidan, men det var sjeldan hovudrolla for ein kjentmann.



Ved Norges Høgskole i Hemsedal, har ein i snart 25 år utdanna **'vegledere i friluftsliv'**. Her blir det lagt vekt på friluftslivet som ein pedagogisk metode for å få "eit rikt liv (i naturen), med enkle middel". Fleire nordiske institusjonar kan nemnast under same verdiforankra tradisjonen, og dei har ein organisatorisk overbygning i Nordisk Forum for vegledning i natur- og friluftsliv (NFF) (Edinger 1986).

Direktoratet for Naturforvaltning - DN (1990) har valt omgrepet **'Naturveiledning'**. Her er det ikkje fullt samsvar med slik Høgskolen og NFF nyttar vegleiings-omgrepet, men derimot ein klar parallell til den danske Naturveilederordningen under Miljøstyrelsen (som igjen byggjer på erfaringar med "rangers" frå USA og England). Det "offentlege Norden" har summert opp den nordiske naturveileiings-tilstanden, med tilrådingar, i ein rapport frå Nordisk Ministerråd (1990).

I den pedagogiske - opplevingsmessige samanhengen kan ein trekkje visse parallellar frå 'guiden' eller 'vegleriaren', til det engelsk/amerikanske omgrepet **'Interpreter'** (= ein tydar, fortolkar, framstillar). Då tenkjer eg ikkje fyrst og fremst språkleg, men slik som det har vorte definert og nytta i ei viss type opplæring, særleg i USA, kalla **'Interpretation'**. Freeman Tilden (1957) har i sin klassikar 'Interpreting our heritage' definert 'Interpretation' (s. 8) som:

*"An educational activity which aims to reveal meanings and relationships through the use of original objects, by firsthand experience, and by illustrative media, rather than simply to communicate factual information".*

Sharpe (1976) nemner tre hovudmål med 'interpretation':

- 1) Å utvikle ei bevisstgjerig, verdsettjg og forståing for det området ein vitjar.
- 2) Å nå forvaltningsmessige mål, ved å stimulere til omtenksam bruk av ein "rekreasjonsressurs", eller ved å kanalisere ferdslvekk frå sårbare område
- 3) Å auke forståinga for ulike (offentlege?) verksemder og deira program, utan at det skal ende opp i propaganda / indoktrinering.

Fazio (pers. medd.) avleier på bakgrunn av Tilden's definisjon, det han kallar **'Environmental Interpretation'**. Formålet seier han kan delast i tre:

- folkeopplysning ('public education'), altså ein **utdanningsverdi**
- forvaltning av naturressursar, altså ein **forvaltningsverdi**
- turisme, altså ein **pengeverdi**.

Også Uzzell (1989) nemner turisme som ein av fire "principal uses" i samband med Interpretation, i det han kallar *"Interpretation as a Value-Added Product of the Tourism Industry"* (s. 3).

I litteraturen blir **'guida tur'** brukt i mange tydingar og samanhengar. Ramma med tryggleik og kjentmann er stadig aktuell (Cohen 1972, Haukeland et al. 1991). Omgrepet blir vidare brukt som synonym med organiserte reiseselskap (Geva & Goldman 1991), som buss-avgangtur med guide (Holloway 1981), som alternativ til fysisk tilrettelegging eller med anna forvaltningsmessig motiv (Vistad & Vorkinn i manus, Aas & Vorkinn 1991, Moore 1981) eller med ei meir pedagogisk / opplevingsmessig vinkling (Roggenbuck & Williams 1991).

Schmidt (1979) set den guida turen inn i ein brei sosiologisk samanheng, og diskuterer ulike **funksjonar** turen kan ha: som problem-løysar (tidseffektiv, inntrykk av tryggleik, sosialt stabiliserande), som masse-(les: turisme-) kontrollør<sup>3</sup>, som legitimering av det å feriere (læring), og ikkje minst den paradoksale koplinga av høva for eventyr, nyhende, flukt og læring, innafor trygge rammer (dersom guiden er dyktig).

### 3.3 Kva bør ein kalle turane på Sølendet og i Bergstaden?

Både vandringane på Sølendet og i Bergstaden har islett av alle dei tre verdissetta i 'Environmental Interpretation' (utdannings-, forvaltnings- og pengeverdi) nemnde av Fazio (pers. medd.), men med noko ulik vektlegging og / eller effekt.

Kva bør ein så kalle desse turane? Fleire ord og omgrep ligg nok så nær, men det er vanskeleg å finne eitt, fullgodt, dekkjande og attpåtil norsk ord. Av desse nærliggjande har vi t.d.:

- rettleiing, vegleiing, informasjon, interpretasjon, formidling, omvising, føring, kjentmannsvandring eller guiding.

Hultman (1985) har dessutan overført det amerikanske interpretation-omgrepet til Sverige, og han nyttar ei bokstavleg omsettning, nemleg ordet 'tolkning'.

Når eg endar opp med det unorske ordet **'guiding'**, så er ikkje det ei programerklæring. Det er meir som å velje eit pragmatisk samleomgrep for eit fleirsidig fenomen. Omsett til norsk (frå engelsk) er det gjeve ei brei tyding (Berulfsen & Svenkerud 1986): "vise vei, føre, styre, lede, veilede, rettlede". Ein kan sjølv sagt innvende: Kvifor har ikkje amerikanarane halde seg til 'guiding', dersom det er dekkjande også for den meir pedagogiske sida ved turen?

<sup>3</sup> Dvs. at lokalsamfunnet (der turen blir arrangert) har betre kontroll med turistane og den lokale turismen.



På den andre sida: I Storbritannia nyttar ein både omgrepet 'Guided walks' og 'Countryside Interpretation', med tilnærma lik forståing som 'Environmental Interpretation' (Hultman 1985). Men fenomenet 'Interpretation' er samstundes meir omfattande, i den forstand at t.d. Naturstien på Sølendet i seg sjølv er 'Interpretation', uavhengig om det er med ein guide / vegleiar på turen eller ikkje. Uzzell (1989) ville truleg kategorisere sjølve stien som "Interpretation as 'Hard' Visitor Management" (s. 2), iallfall så lenge ein ser på stien som eit middel for å kanalisere ferdsla og hindre slitasje på sårbare myrområde.

Ordet 'guiding' er innarbeidd i turistsamanheng, m.a. på Røros. Informasjonsheftet frå Røros Reiselivslag (1991) til turistane blir kalla 'Røros Guiden' og Reiselivslaget kallar "kjentmennene" sine vekselvis 'omvisarar' eller 'guidar'. I "Røros Guiden" vert oftast ordet 'omvisning' nytta når ein omtalar sjølve aktiviteten ("Omvisning i Den Gamle Bergstad"), og det gjeld også turen på Sølendet. Ankepunktet mot 'omvisning' er at ordet gjev (meg) ein **umiddelbar** smak av "styring av ein flokk langs ei rute". Dette er også ei side ved 'den guida turen' som ein ofte støyter på i reiselivslitteraturen<sup>4</sup>, men dette er ikkje hovudpoenget bak turane i Bergstaden eller på Sølendet; guida- ne har ein bodskap dei vil formidle, utover det å tene pengar og løse turistane frå start til mål.

### 3.4 Kva rolle spelar guiden?

Guiden vil ofte ha ein fleisidig eller fleirtydig funksjon. Med det meiner eg ikkje berre den rolla han er plassert i av turarrangøren, men **kva rolle den enkelte turisten opplever at guiden har eller bør ha**: er han ein garantist for trygg losing "gjennom naturen"? er han kunnskapsberar og -formidlar? eller er han ein representant for den same kulturen som området og sjølve turen skal gje eit bilete av?

Dette gjer det t.d. vanskeleg å vurdere mykje av litteraturen der 'guiding' blir omtalt og gjerne knytt til bestemte brukargrupper eller marknadssegment, men utan at rolla til guiden, motiva for deltaking eller funksjonen for turen er presisert. Dette gjeld t.d. den siste Ferieundersøkinga (Haukeland et al. 1991).

Jervan (1990) har ei liste over "motiver for å benytte tilrettelagte aktivitets- og opplevelsestilbud" (s. 11). Denne systematikken er mynta på turoperatørar som vil vurdere ulike kundetypar, men

<sup>4</sup> Sjå t.d. turistrolle-typologien til Cohen (1972) der "guided tour" er rekna som den "turistmessige infrastrukturen" til den organiserte masseturisten. Denne rekna Cohen som den "forsiktigaste form" for turistmessig åtfærd, som også ligg lengst vekk frå det å oppsøkje nye og ukjende miljø. Ein guida tur i denne forstand er noko der alt er ved det kjende og trygge - maksimal "familiarity".

han kan også tene som rettesnor for ulike typar guida tur og guide-roller. Desse motivgruppene er:

- 1) **Interessemotivet**, dvs. at hovudvekta ligg på dei opplevingsane turen kan gje; dette kan vere hovudmotiv, delmotiv eller underordna motiv.
- 2) **Barrierar som motiv**; konkret kan dette dreie seg om kor fysisk røleg turisten er, språkproblem, mangel på tid, pris eller tryggleik.
- 3) **Sosiale og statusmessige motiv**. Sosiale motiv kan botne i einsemd, ønskje om å treffe nye folk / få venner, vere saman med familien / venner eller t.d. dele opplevingar med likesinna. Dei statusprega motiva er gjerne knytt til eksotiske / spesielle / krevjande handlingar, som blir lagt merke til i omgangskrinsen.

Alle desse tre motiva kan vere relevante i ein Røros-samanheng.

## 3.5 "Uorganisert" fritidsbruk av naturen

Er det kanskje noko unorsk over fenomenet 'guida tur i naturen', dvs. den type tur som er formelt organisert og som er mynta på nordmenn?

### 3.5.1 Den norske tradisjonen

For å bli eit aktivt turmenneske som trivst i naturen og meistarar utfordringane, trengst det læring og erfaring. Delar av det vi i dag kallar friluftsliv, ligg svært nær eller er identisk med det som før var overlevingsaktivitetar (jakt, hausting og sanking, eller rett og slett det-å-finne-vegen). Anna friluftsliv liknar barneleiken, med ski i bakken eller som klatring i tuntreet.

Poenget er dette:

Det er truleg korrekt å seie at "den norske tradisjonen" er prega av at **ramma for læring og erfaringsutvikling "var der", trass i at dette ikkje var organisert inn i oppvekst eller utdanning**. "Mens europeiske barn les lekser og lærer sosial tilpassing, og mens nordamerikanske barn blir bila av overbeskyttande foreldre frå avtale til avtale, tar dei norske ungane vare på seg sjølve. Til kvelds tyr dei til hus, ofte skitne og snørrete etter leik i det fri" (Skirbekk 1981:120). Så kan ein diskutere og forske vidare på om ein bør bruke fortids "var" eller notids "er" om denne tradisjonen.

Men det finst også ein slag møtsats til dette:

Få eller ingen land har ein så lang tradisjon med **organisert** friluftsliv, i og med Den Norske Turistforening som er den eldste turistforeninga i verda (Ödmann et al. 1982), stifta i 1868. Men

DNT har ikkje først og fremst hatt ein opplæringsfunksjon, men meir ein **tilretteleggingsfunksjon som erstattar for den tidlegare omtalte 'kjentmannen'**, i og med dei merkte turrutene og hyttene. Dei såkalla "fellesturane" i DNT (med eigen turleiar frå hytte til hytte) er meir unntak enn regel.

### 3.5.2 Guiden som stimulator eller dempar?

Nyberg (1984) illustrerer eit poeng i sin kritiske artikkel om 'Interpretation'. Han innlei med å referere til likninga:

*"Not having an interpreter in a park is like inviting a guest to your house, opening the door, and then disappearing"* (Carr, i Sharpe 1976:1)

Nyberg (1984:151) syns det er meir passande å seie at:

*"... not having an interpreter in a park is more like returning to your own home and not having a salesman there waiting for you"*.

Poenget hans er at guiden blir ståande mellom den som skal oppleve, og det som skal opplevast. Spørsmålet er så om guiden stimulerer eller dempar (na-)turopplevinga? Til dette kan ein sjølvsgatt innvende at ein god guide veit når han skal halde seg i bakgrunnen, og ikkje (for-)tolke. Ein solnedgang eller eit fossefall blir truleg ikkje ei større oppleving om dei blir akkompagnerne av ei verbal lekse, heller tvert imot.

Men situasjonen er ikkje så banal som dette, i alle fall ikkje om vi tek utgangspunkt i brukarane og kva førestellingar dei måtte ha om guiding kontra ikkje-guiding. Her er ein på nytt tilbake til spekteret av funksjonar ein guida tur kan ha for den enkelte deltakaren. Men om vi held fast på 'interessesmotivet' (sjå kap. 3.4) eller naturopplevinga, så er poenget at ein ikkje kjem utanom den subjektive vurderinga av kva som er godt "påfyll" (=input) i ei naturoppleving, og korleis guiden og guidinga passsar inn i den samanhengen.

## 3.6 Oppsummering

- Allemannsretten er ei stor utfordring både for forvaltninga og reiselivet som kanskje bør resultere i nærare samarbeid interessene imellom.

- Historisk har den guida turen utvikla seg frå å vere ei 'vandring med kjentmann' til å bli m.a. ei vandring for å auke forståing og verdsetjing, ein tur for å nå ulike forvaltningsmessige mål, eller han har vorte eit reiselivsprodukt med noko attåt.

- Fenomenet 'guida tur' har mange tydingar og funksjonar, også innafor ei "rein reiselivsmessig" ramme.

- Det er tilsvarande mange og ulike motiv for å vere deltakar på guida turar.

- Det norske friluftslivet har stort sett vakse og utvikla seg utanfor organiserte rammer. Slik sett er den organiserte, guida turen unorsk.

- Guiden kan vere både ein katalysator og ein dempar for den gode naturopplevinga.



## 4 Mellom turisten og attraksjonen

### 4.1 Kva er det turisten søker?

Gunn (1988) seier i ein historisk presentasjon frå USA, at det ikkje var før på 1960-talet at dei kulturbaserte attraksjonane fekk eit systematisk gjennomslag blant turistar. Før den tid, *“unless an area had special natural resources, such as geysers, lakes, ocean beaches, warm winter climate, or mountains, it had little potential for tourism”* (s. 111). Dette biletet passar ikkje på utviklinga av den europeiske turismen; her er det Amerika, **den nye verda**, som talar. I Europa var kultur-turismen den **opprinnelege** turismen (frå 1600- og 1700-talet), i god tid før naturdyrkinga kom på slutten av 1700-talet og framover (Adler 1989, Jacobsen 1986).

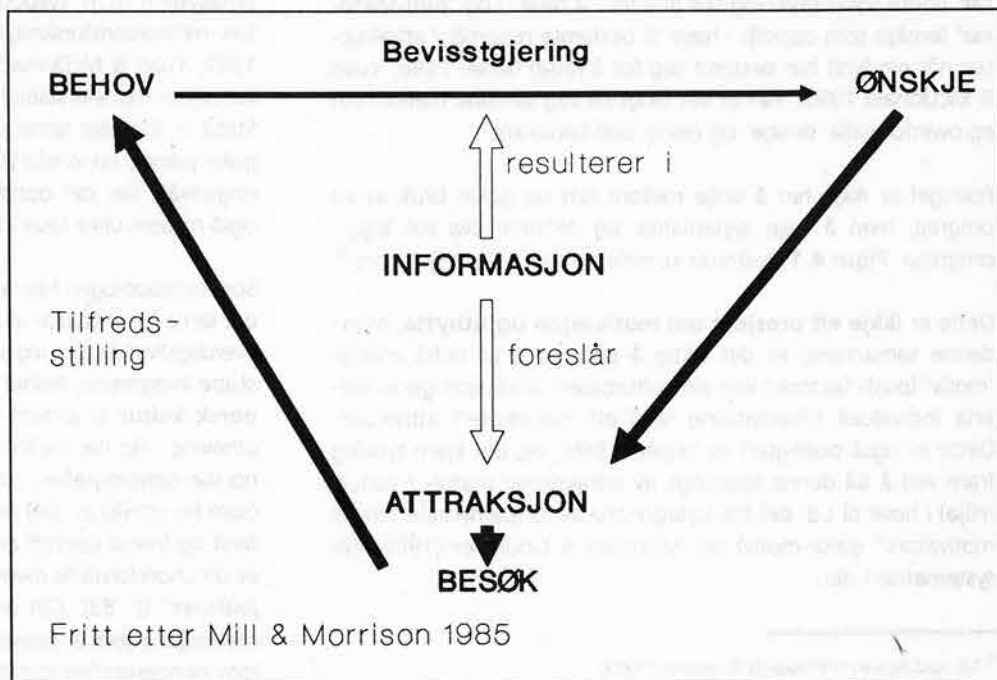
Dean MacCannell (1976:48) fortettar den moderne turismen når han seier at *“the touristic value of a modern community lies in the way it organizes social, historical, cultural and natural elements into a stream of impressions”*.

Dette berre som eit kort, historisk springbrett til ei teoretisk drøfting.

Mill & Morrison (1985) skildrar ‘turisme-systemet’ som ein kompleks

#### Figur 4.1

Koplinga mellom motiv og attraksjon. - The connection between motivation and attraction.



sirkel der “banen passerer” fire undersystem som dei kallar  
 → Marknad → Reise → Destinasjon → Marknadsføring  
 → Marknad →..

Innafor ‘Marknad’ og ‘Destinasjon’ er det to fenomen som har interesse her:

- 1) kva for **indre motiv** er det som driv turisten?
- 2) kva for **ytre attraksjonar** er det som “trekkjer” turisten til destinasjonen, og kvifor?

#### 4.1.1 Om motiv

‘Motiv’ blir brukt med mangearta tydingar og ulikt presisjonsnivå, sjå t.d. oversikta til Stankey & Schreyer (1987). Omgrepet krev ei presis definering for å kunna nyttast eintydig i ein forskingsssamanheng.

For å illustrere dette mangearta kan eg t.d. skrive bevisst upresist om to sentrale “reisemotiv” som er relevante i høve til reisemålet Røros:

1. Naturen har vore dyrka som det enkle og “naturlege”, heilt frå Jean-Jacques Rousseau på slutten av 1700-talet; dette som ein reaksjon på “kulturens ubehag”. Jacobsen (1985) kallar dette ei søking etter det vi trur er paradiset - Edens Hage - dei gode gamle dagar. Det kan forklarast som ein reaksjon mot det kompliserte, urbaniserte, framandgjerande og stressande samfunnet av i dag. Fjellvandring er eitt utslag av slik søking.



2. Ei liknande søking ligg i delar av kultur-turismen, men dette er gjerne ei reise i tid; attende til ei "... *svunnen värld och historiska rötter*" (Löfgren 1990). Også her ser ein koplinga mellom det hektiske industri-/informasjonssamfunnet og "längtan til landet Annorlunda".

Det eg har skrive i desse to punkta er relevant og korrekt nok, men i følgje systematikken til Mill & Morrison (1985) blandar eg her i hop tre nivå: **behov, motiv og ønskje**, og alt kopla mot **objekta eller attraksjonane** som skal tilfredsstillte desse "indre drivkreftene". Dette kan splittast opp slik:

- behovet er fysiologisk
- motivet er avslapping eller flukt
- ønsket er å oppleve eit fint landskap/område, og
- objekta/attraksjonane er eit natur- og eit kulturbasert landskap.

Skilnaden mellom 'behov' og 'ønskje' (sjå figur 4.1) er først og fremst eit spørsmål om **kva ein er seg bevisst**, og det er med det bevisste nivået turisten **vel** reisemål. Det er sjølv sagt her informasjon / marknadsføring kjem inn som ein bevisstgjerdande faktor. Når ein så spør om kvifor turisten reiste hit eller dit, får ein gjerne svar som: ... *det er eit nydeleg område, ... lære meir historie, ... det så fint å gå i naturen*. I følgje Mill & Morrison (1985) er det altså ikkje motiva ein då får greie på, men ønska. Ein annan systematikk delar inn 'motiv' i såkalla '**push-faktorar**' (indre sosio-psykologiske driv for "å reise") og '**pull-faktorar**' (ønskje som oppstår i høve til bestemte reisemål / attraksjonar når ein fyrst har bestemt seg for å reise) (Jafari 1986, Yuan & McDonald 1990). Her er det langt på veg samsvar mellom det eg ovanfor kalla 'ønskje' og desse 'pull-faktorane'.

Poenget er ikkje her å skilje mellom rett og galen bruk av eit omgrep, men å velje systematikk og definere kva ein legg i omgrepa. **Figur 4.1** illustrerer kompleksiteten i dette systemet.<sup>5</sup>

Dette er **ikkje eit prosjekt om motivasjon og utbytte**, men i denne samanheng er det viktig å poengtere at utifrå mange 'motiv' (push-faktorar) kan ein kulturbasert attraksjon gje ei likearta individuell tilfredsstilling som ein naturbasert attraksjon. Dette er også poengtert av Leiper (1990), og det kjem tydeleg fram ved å sjå denne todelinga av attraksjonar (natur- / kulturmiljø) i høve til t.d. dei fire kategoriane av fundamentale "travel motivators" (reise-motiv) slik McIntosh & Gouldner (1986) har systematisert dei:

- 1) Fysiske motiv (stikkord: kvile, sport, helse, rekreasjon, avstressing)
- 2) Kulturelle motiv (stikkord: lære nye område og kulturar å kjenne, folklore, kunst, religion ...)
- 3) Mellommenneskelege motiv (stikkord: vitje venner/familie, få nye venner, gjere noko saman med venner)
- 4) Status- og prestisje-motiv (stikkord: ego-behov, personleg utvikling, business, hobbyar, utdanning, sosial hevdning, sta tussøkjing).

Er det så meiningslaust å setje attraksjonen 'naturbasert landskap' opp mot 'kulturbasert landskap'? Sjølv sagt er det ikkje det, så lenge det er klart kva slag nivå av reisemotiv, eller kva slag "mentalt lag" i turisten ein held seg til. Og i dette prosjektet er det altså det bevisste nivået, det som her er kalla 'ønskje', det som er innkopla når turisten gjer det faktiske valet av destinasjon og attraksjon. Men ein skal truleg vere forsiktig med formuleringa 'natur **opp mot** kultur', som om turisten skulle oppleve ein antagonisme mellom dei to attraksjonstypene. Meir om dette nedanfor.

**Figur 4.1** syner at marknadsføring er eit bevisstgjerdande element i denne valprosessen. Men når turisten vel reisemål / attraksjon så er det på bakgrunn av noko meir enn aktiv marknadsføring av den valde attraksjonen. Marknadsføringa eller 'det-at-turisten-bli-klar-over-ein-attraksjon' går inn i samspel med "tilstanden" til denne personen: livsstil, livserfaring, nivå i livssyklusen, personlege verdisystem m.m. (Woodside & Lysonski 1989). Ein av teoriene bak motivasjonsforskinga (t.d. Mill & Morrison 1985, Iso-Ahola 1989, Yuan & McDonald 1990) er teorien om likevekt; mennesket søker mot ein stabil fysiologisk, sosial og psykologisk tilstand. Stabil er ikkje det same som statisk, særleg ikkje på det psykologiske planet; Iso-Ahola (1989) snakkar om eit "optimalt stimuleringnivå", der det optimale vil variere frå person til person og også mellom ulike fasar i livet.

Sosialantropologen Marianne Gullestad (1990) uttrykkjer mykje av det same i sine studiar av kvardagsmennesket: "*I min forståelse av hverdagslivet legger jeg vekt på menneskers bestrebelser etter å skape integrasjon, helhet og sammenheng*" (s. 85). Og vidare: "*I norsk kultur er ønsket om å oppnå helhet spesielt uttalt*" (mi utheving). Ho har mellom anna ved å studere norske bymiljø og norske sjølvbiografiar, gjort seg nokre "foreløpige refleksjoner" (som ho uttrykkjer det) om **Naturen i norsk kultur**. "*Jeg er ikke først og fremst opptatt av de store, velformulerte ideologier, men av de underforståtte meninger, knyttet til hverdagslivets kulturelle praksiser*" (s. 83). Det er også desse underforståtte, individuelle meiningane som er interessante når ein leitar etter koplingar mellom mennesket (les: turisten) og naturen (les: natur-attraksjonen).

<sup>5</sup> Sjå også figuren til Woodside & Lysonski (1989).



I sin kulturanalyse nyttar Gullestad (1990) det ho kallar 'kulturelle kategoriar'. 'Naturen' er ein slik kulturell kategori, som hjelper til å "forstå, inndele, klassifisere og tildele verdi" (s. 84). Ho nyttar også uttrykket 'motsetningspar' (binær opposisjon), der "de to sidene i et motsetningspar definerer hverandre gjensidig, og har ulik plass i det totale systemet av kulturelle kategorier og begreper" (s. 84). Natur / kultur er eit slikt motsetningspar: "Jeg vil hevde at kategorien natur er mer i forgrunnen enn kategorien kultur. Kulturbegrepet i Norge er med andre ord mindre utviklet og mer underforstått enn naturbegrepet". Her er nokre fleire sitat som illustrerer hennar ("forløpige") konklusjonar: "Nordmenns forhold til naturen harmonerer ... med andre trekk i kulturen, slik som hjemmesentrering, likhetstankgang, vekt på selvstendighet, selvtilstrekkelighet og det som er praktisk og nøkternt. Spesielt er det en nær sammenheng mellom "naturen" og "fred og ro" (s. 92). "Våre forestillinger om naturen er ikke naturlige, men tvert imot kulturelle" (s. 90). Det finst m.a.o. ein norsk, dvs. ein "riktig" måte både å forstå og å få eit forhold til naturen på. Norske menn og kvinner tykkjest å sjå naturen som meningsfull og verdifull.

Som ei avsluttande reservering seier Gullestad (1990:93) at "de mønstre jeg har formulert er uten tvil mer typiske for bymennesker enn for bygdefolk". Denne by-land skilnaden går filosofen Gunnar Skirbekk (1981) imot i ein artikkel om same temaet. Argumentet hans er at bygdefolket - bøndene - hadde behov for å "flykte inn i naturen" av og til, ikkje berre for jakte, finne buskapan eller hogge ved. Men for å kome vekk frå den sosiale kontrollen, det daglege slitet, dei tronge stovene: "Naturen var fridommens rike ... (og) ein psykisk stabilisator" (s. 126). Dessutan gav alle ærenda i naturen "opphav til kameratskap og eit særleg sosialt samvær ... Slik blir naturen igjen henta inn i det sosiale og kulturelle liv" (s. 127).

Det ligg ein overføringsverdi i det Gullestad og Skirbekk formulerer som 'den norske kulturen'. Dette er også ei side ved det ein kan kalle 'Potensialet for naturturisme i Noreg'. Her ligg det mogeleg forklaringskraft til t.d. eit av resultatata i siste Ferieundersøkinga (Haukeland et al. 1991): "Naturoppleving" (i samband med sommarferien) blir rekna som "svært eller ganske viktig" av 87 % av dei spurde.

Og dette fører meg over til neste kapittel:

#### 4.1.2 Om attraksjon

Eg var inne på koplinga mellom 'motiv' og 'attraksjon' i omtala av dei såkalla 'pull-faktorane' eller 'dragings-faktorane'.

Leiper (1990) går i rette med slik ordbruk som 'pull', 'dragning', 'magnetisme', som forklaring på det som skjer i mellom turisten og attraksjonen. Poenget hans er ganske enkelt at **der ikkje er noko ved attraksjonen i seg sjølv som påverkar åtferda til turisten**. Der er ingen synlege, usynlege eller metafysiske krefter **den vegen**; i bokstaveleg forstand er det alltid berre snakk om '**push-faktorar**', altså driv-krefter i **turisten** i retning av attraksjonen<sup>6</sup>. Han insinuerer heller ikkje at nokon av dei som har brukt 'pull'-uttrykk, meiner det finst slike krefter; det er mest ei påminning om å bruke metaforar med omtanke.

Denne detaljen hjå Leiper (1990) poengterer eit anna sentralt kjenne-teikn: ein 'Attraksjon' er meningslaus om han ikkje vert sett i høve til **turisten**. Røros Bergstad er ingen attraksjon om der ikkje kjem turistar. Dette gjer det vanskeleg å tenkje systematisk omkring attraksjonar, fordi spekteret av motiv og åtferd blant turistar er stort (sjå neste kapittel) og tidsmessig ustabil.

Her ligg noko av grunnen til at turist-attraksjonar sjeldan er handsama presist og detaljert i litteraturen. Dei er mykje nemnt, og framheva som svært viktige, men det er oftast mangel på vitenskapleg kvalitet og presisjon (Ferrario 1979, Leiper 1990).

#### Ei tredelt tilnærming til 'attraksjonen'

MacCannell (1976:41) har definert "a tourist attraction as an empirical relationship between a **tourist**, a **sight**, and a **marker** - a piece of information about a sight".

Dette er også utgangspunktet for 'Attraksjonssystemet' til Leiper (1990), kopla med sideblikk til Lew (1987) si tilnærming. I staden for 'sight', brukar Leiper uttrykket 'nucleus', altså 'kjerne', "the central element in a tourist attraction system ... might be **any** feature or characteristic of a place ..." (s. 372).

I denne presentasjonen legg eg mest vekt på nettopp 'kjernen', "the nucleus", "the sight", eller det dei fleste rett og slett kallar 'attraksjonen'. Men dette er ikkje for å tone ned poenget med å sjå 'turisten' og 'informasjonen om kjernen' som viktige sider ved attraksjonsvurderinga. Sjå (høgre halvdel av) **figur 4.1** som ei ytterlegare poengtering av den nære koplinga mellom motiv og attraksjon. Dette poenget vert også illustrert gjennom forskning som har sett på **eventuelle samanhengar mellom miljøkvalitetar i eit område og det psykologiske motivet for, og utbyttet ved å besøke området**.

<sup>6</sup> Omgrepet 'attraksjon' er i seg sjølv eit slikt problematisk ord, for det har i seg kimen til assosiasjonar av typen 'tiltrekking' og 'dragning'.



Ulike undersøkingar har gjeve ulike svar, og ofte er resultatane vanskelege å tolke eller å generalisere (Stankey & Schreyer 1987, Knopf et al. 1983). Mange konkluderer med at det er ein samanheng, og det er påvist slike samanhengar når spranga er "mindre fundamentale" enn mellom kulturbasert og naturbasert miljø; t.d. i ei samanlikning av elvepadlarar i ulike villmarksområde i USA (McLaughlin et al. 1982).

I denne type forskning er det viktig å poengtere: det er ikkje fyrst og fremst objektive eigenskapar ved attraksjonen som er avgjerande for om turisten vel den eine framfor ein andre. Det essensielle er kva slag **indre bilete ('image')** turisten har av attraksjonen! "*The image of an attraction is the attraction to the public; therefore, that image must be protected, nourished and enhanced at all costs*" (Kent 1984, i Colton 1987). Dette understrekar **informasjonsaspektet** ved 'attraksjonen'.

**Mennesket brukar symbol og meiningar, og åtferda er basert på desse meiningane.** Dette blir kalla '**symbolsk interaksjonisme**' (Colton 1987). Difor er det ikkje eit fysisk eller eit sosialt miljø mennesket t.d. uttrykkjer seg om, men eit **symbolsk miljø**.

#### To ulike tilnærmingar til klassifisering av 'kjernen'

Den første tilnærminga er basert på dei '**erfaringsmessige kjenneteikna ved turistane**'. Med dette meiner Leiper ei inndeling i høve til turistmessige motiv og åtferd. Han kjem då til det same problemet som eg nemnde under 'motiv', nemleg nanseringa mellom 'behov' og 'ønske'. Og det er altså 'ønska' som oftast blir avdekt i det konkrete samspelet mellom turisten og attraksjonen.

Den andre tilnærminga er ei **miljø- eller ressursbasert analyse**. Denne er intuitivt logisk, og er også utgangspunktet for dette Røros-prosjektet (dvs. natur <-> kultur). Lew (1987) kallar dette det 'ideografiske (eller formelle) perspektivet'. Leiper (1990) utdjuar ikkje noko analyse, men nemner berre døme, slike som: naturleg miljø, menneskeskapt miljø, sosiokulturelt miljø og teknologisk miljø.

Flere har systematisert etter ei liknande vinkling. Mill & Morrison (1985) nyttar eit sett med kjenneteikn som har ei klar kopling til det dei kallar "the drawing power" ved attraksjonen, altså **attraksjonskrafta**. Dette er delvis knytt til **tilgang og avstand** frå der turistane kjem ifrå (dvs. lokale, regionale, nasjonale eller internasjonale attraksjonar), men mest interessant i denne samanheng er det dei kallar nettopp '**karakteristika**' ved destinasjonen. Dei delar inn i 6 slike karakteristika:

- Naturlege ressursar (Natural resources)
- Klima
- Kultur
- Historie
- Etnisk særpreg (Ethnicity)
- Kor tilgjengeleg (Accessibility).

Med '**naturlege ressursar**' (som Mill & Morrison oftast kallar 'landskap' i fortsetjinga) meiner dei ikkje 'naturleg' i ein absolutt forstand av ordet; også menneskeleg påverknad av landskapet er viktig i ei attraksjonsvurdering.

Gunn (1988) ramsar opp ei liste over konkrete attraksjonar, og han systematiserer den etter kva for tre typar ressursar desse attraksjonane er avhengige av: naturlege ressursar, kulturelle ressursar og samlarubrikken 'anna enn naturlege og kulturelle ressursar' (dvs. kor lett tilgang det er, avstand til publikum o.l.).

Den turistbaserte og den ressurs- eller miljøbaserte analysen har oftast ulik relevans, avhengig av formålet med kategoriseringa: Den brukarretta peikar seg ut i samband med marknadsføring, medan den siste er meir relevant for reiselivsplanlegging.

#### Andre viktige sider ved ein attraksjonsanalyse

Dei fleste turistar vil stå ovanfor ein serie med attraksjonar i løpet av ferien, det Leiper kallar ein "nuclear mix". Alle desse attraksjonane er sannsynlegvis ikkje like viktige, og dei kan systematisert i eit hierarki. Ein **primær attraksjon** er eit kjenneteikn ved ein plass som er så markant at det påverkar om turisten vel å reise dit. Den **sekundære attraksjonen** er også kjent for turisten før turen starta, medan den **tertiære attraksjonen** var ukjent før sjølve besøket fann stad (Leiper 1990).

Denne namnebruken (eller tilnærma) går att hjå fleire forfattarar, men utan eit så strengt definisjonsmønster. Mill & Morrison (1985) har eit forslag til overordna systematisering av 'attraksjonar', i **primære og sekundære destinasjonar**. Ein primær destinasjon er eit reisemål som er attraktivt nok til å vere det primære reisemotiv for turisten, og skal kunna tilfredsstille vedkomande i fleire dagar. Eit sekundært reisemål er eit interessant eller naudsynt mellomstopp på veg til ein primær destinasjon, og skal kunna underhalde turisten i 1-2 dagar. Også Gunn (1988) har denne grunnstamma: Han kallar dei to klassene for 1) Rund-turs attraksjonar ("touring circuit attractions") og 2) Attraksjonar for langtids besøk ("Longer-stay or focused attractions").

Ei slik inndeling kan sjølv sagt heller ikkje lausrivast frå turisten,

kven han er, kvar han kjem ifrå og kva som er reisemotiva. Mill & Morrison påpeikar også at det som er eit primært reisemål for eit turistsegment, godt kan vere sekundært for eit anna. Nedfelt på Røros kan såleis både Røros-området, Bergstaden og også Sølendet vere både primære og sekundære mål avhengig av kven som ser. Men sett utifrå ei større masse av turistar så er truleg Bergstaden og Sølendet (kvar for seg eller saman) å rekne som ingrediensar eller karakteristika som eventuelt gjer Røros til eit primært reisemål. Leiper snakkar då om **'kjemeklynger'** ("Clustered nuclei"). Det er nemleg få attraksjonar som "står heilt på eigne bein"; regelen er heller at fleire attraksjonar har ein symbiotisk samverknad i høve til å trekkje turistar.

Dette heng også i hop med **den romlege fordelinga av 'kjernar' / 'attraksjonar'**. Leiper (1990) gjer her eit poeng av at ein ikkje kan snakke om ein turistattraksjon i den heimlege regionen til turisten<sup>7</sup>. Slike attraksjonar som både samlar tilreisande og innfødde, vil ha funksjon som turistattraksjon for dei tilreisande, men som lokalitet for "fritidsbasert oppleving" for lokalfolk.

Ein attraksjon eksisterer ikkje i eit vakuum, uavhengig av naboskapet. Gunn (1972) seier at *"every attraction has place, both by physical location and by association"* (s. 36). Dei som forvaltar attraksjonar må vere seg bevisst kor viktig "the inviolate belt" (det ukrenkjeleg beltet) rundt ein attraksjon er for å taka vare på og utnytte sjølve attraksjonen. Sjå det som er nemnt ovanfor om 'symbolsk interaksjonisme' (Colton 1987).

Ei stram **oppsummering** kan bli at:

Det har mening å nyansere mellom ein kulturbasert og ein naturbasert attraksjon. Men det har lite mening å gjere dette som ein isolert analyse av eit fysisk objekt. Det heile må setjast inn i ein samanheng som koplar turisten, objektet og informasjonen om objektet.

## 4.2 Kven blir med på guida turar i naturmiljø?

*"turisten är ett svårångat väsen, som ständigt skiftar gestalt - under olika epoker och mellan olika sociala miljöer"* (Löfgren 1990).

### 4.2.1 Om segmentering av turistar

Det å segmentere (slik eg nyttar det her) er ikkje eit forsøk på å fange absolutte "vesen", eller å skjematISere komplekse kop-

lingar mellom turist, motiv og attraksjon. Det er heller ikkje primært for å predikere åtferd, men å **skildre grupper i ein konkret samanheng og prøve å årsaksforklare visse fenomen**. Poenget blir å finne variablar som er gode til å karakterisere det aktuelle segmentet (Smith 1989). Dette er altså ei eksplorerande eller prøvande tilnærming.

McIntosh & Gouldner (1986) skil mellom to fundamentalt ulike tilnærmingar ved segmentering, og dei står ikkje i motsetning til kvarandre :

1) Inndeling på **sosio-demografisk** grunnlag (alder, inntekt, kjønn, leveveg, heimstad osv.). Segmenteringsforskinga starta med demografiske data (Fitzgibbon 1987); dette er gjerne slike data som er enklast å samle inn. Sjå også Etzel & Woodside (1982) og Crask (1981).

2) Inndeling på **psykografisk** grunnlag (haldningar, motiv og preferansar - ulike former for "mental segmentering"). I følgje Fitzgibbon (1987) er segmentering i dag nærmast synonymt med segmentering på grunnlag av haldningsdata. Slik segmentering kan omfatte "alt" frå personlegdomskategoriar (Plog 1987) til testing av einskilde reisemotiv (Snepenger 1987).

I mellom desse to tilnærmingane (også kronologisk), ligg ein omfattande litteratur om segmentering av **turistmessig åtferd** (Fitzgibbon 1987). Uysal & McDonald (1989) har ein summarisk gjennomgang av slike arbeid og dei nemner døme der turistane er segmentert etter t.d. reisesesong, førstegongsbesøk/ gjenbesøk, reiseavstand, val av reisemål og opphaldstid.

Det er ikkje uvanleg å kombinere to eller alle tre av desse fagleg-metodiske tilnærmingane; sjå t.d. Crask (1981) som har kombinert alle tre .

Ein metode som ligg litt på sida av det eg har nemnt ovanfor, er såkalla **sosiologisk / sosialantropologisk** segmentering, der turist-typologien til Aubert (1969) truleg er den mest kjende; han skil mellom villmarksturisten, soltilbedaren, emigrant-turisten, skjønaren, anti-turisten og selskapsturisten. Denne typologien er seinare supplert av Svalastog<sup>8</sup> (1990). Aubert (1969) tek utgangspunkt i at ei klassifisering *"burde forankres i kjennetegn som har å gjere med de påkjenninger og press som eksisterer i den samfunnsstruktur turistene unnslipper, og i de sosiale egen-skaper som kjennetegner de nisjer som tilbys turisten i vertslan-det og det lokale stedssamfunn hvor han blir mottatt"*.

<sup>7</sup> Dette har med Leipers definering av 'turist', der eitt hovudkriterium er at han er på reise

<sup>8</sup> Svalastog har supplert lista til Aubert med: aktivitetsturisten og nytteturisten.



Valene Smith (1989a) har ei liknande inndeling i sju turistklassar<sup>9</sup> bygd på tre hovudkriteria: kor store grupper turistane opptre i, kva slag opplevingar dei søker og korleis dei tilpassar seg lokale normer i mottakarsamfunnet.

Trass i likskap mellom Aubert og Smith, blir det problem når ein prøver å plassere den eine typologien inn i den andre. Då er ein også ved den reservasjonen som både Aubert og Smith nemner: dei reindyrka typologiane er teoretiske fenomen, der typane sjeldan eller aldri framstår i rein og gjensidig ekskluderande form.

Ei slik **generell** systematisering er lite tenleg når ein skal vurdere og forklare konkret turistmessig åtferd i eit lokalsamfunn, t.d. på Røros. Og denne sosiologiske metoden blir også meiningslaus utan å bli kopla mot **turisten** med den sosiale bakgrunnen, preferansane og reisemotiva vedkomande har.

Når det gjeld segmenteringsmetodikk, finst det to prinsipielt ulike metodar (Smith 1989). Den eine er såkalla **a priori-segmentering**, dvs. ei inndeling i grupper på grunnlag av forhåndsbestemte kriteria (sjå t.d. Aas & Vorkinn 1991) - det er den metoden som vert nytta her. Den andre metoden nyttar såkalla **faktor- og klyngeanalysar**, og der er det sjølve analysen som finn fram til dei utslagsgeivande definisjons- og skiljekarakteristika for gruppene. Denne metoden er t.d. nytta av Kaltenborn (1991) i inndelinga av ulike turisttypar på Svalbard, av Kleiven (1992) i undersøkinga av aktivitetsmønster i norsk ferie og fritid, og av Vistad & Vorkinn (i manus) i inndelinga av nasjonalparkgjester i ulike preferansegrupper.

#### 4.2.2 Segmentering på Røros

Prosjektet har eit **geografisk / attraksjonsmessig utgangspunkt** (Røros, Bergstaden og Sølendet). Brukarane / turistane vert grovsorterte etter **faktisk åtferd** (deltaking på guida turar / sjølv-organiserte besøk på Sølendet), og så analysert etter m.a.:

- kva intervjuobjekta meiner er attraktivt ved Røros-området,
  - tidlegare kjennskap til Røros,
  - anna turistmessig åtferd (opphaldstid, overnatting m.m.) i regionen,
  - turistane si tidlegare friluftslivserfaring,
  - "kultur- og miljøverninteresse",
- og supplert med visse sosio-demografiske mål.

Til dette er det kanskje nærliggjande å innvende: Etter å ha fokusert så sterkt på koplinga motiv - attraksjon, hadde det vore logisk med meir vekt på ei psykografisk eller haldningsmessig segmentering. Det ville i så fall blitt ei langt meir komplisert og omfattande undersøking, som også hadde kravd betre forhåndskunnskap om nettopp den same koplinga. "*It is highly desirable (in fact, probably vital) to have a theory about the way a given market works - or about possible segments - before looking at the statistical output*" (Fitzgibbon 1987:493). Den meir skildrande tilnærminga som vart valt, må ein difor sjå som kunnskapsoppbygging for seinare å kunna gå djupare inn på motiv og preferansar; både i høve til kategoriar av attraksjonar og ulike måtar å oppleve desse på.

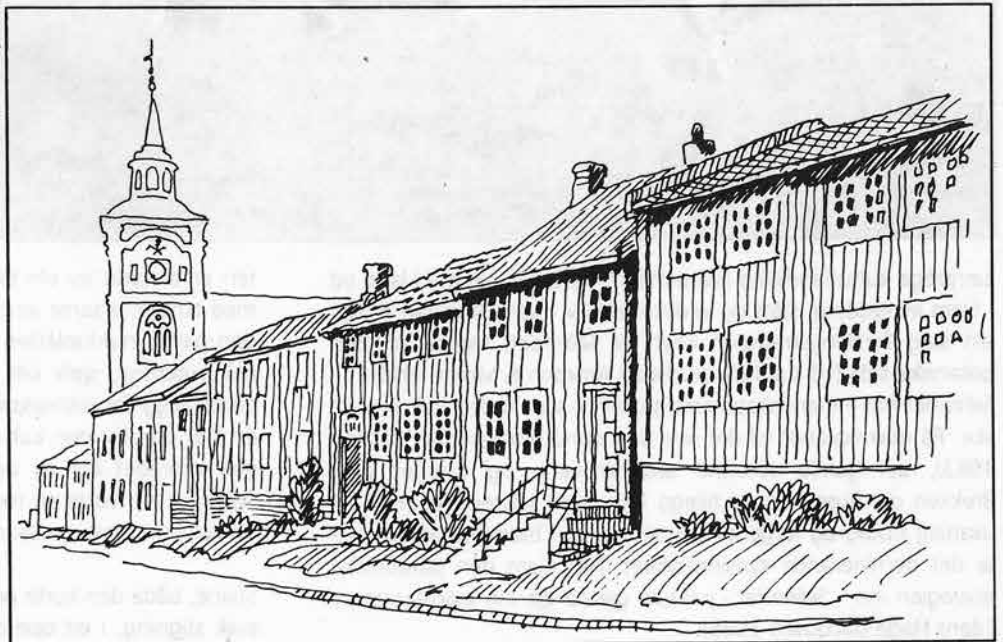
<sup>9</sup> Disse sju er: "1) Explorer, 2) Elite, 3) Off-beat, 4) Unusual, 5) Incipient Mass, 6) Mass, 7) Charter" (s.11ff).

## 5 Bakgrunnen for velje Røros, Bergstaden og Sølendet

Røros er eit av dei meste "etablerte" reiselivsmåla i landet. Dette har hovudsakleg samanheng med kulturhistoria og bygningsmiljøet i Bergstaden, som sidan 1984 har stått på UNESCO's liste over særleg verneverdige kulturobjekt i verda (UNESCO 1990), i lag med tre andre norske objekt: Urnes Stavkyrkje, Bryggen i Bergen og helleristingane i Alta. Røros er då også peika ut som eit nasjonalt satsingsområde når det gjeld kulturturisme (Næringsdepartementet 1991).

**Figur 5.1**

Eit miljøinntrykk frå Bergstaden (Ill. K. Akeren). - An environmental image from the old mining town.



I norsk skala er sommarturismen stor i Røros og der er eit relativt godt utbygd og godt fungerande apparat på staden, for å informere og formidle turistar. Det var eit poeng i denne samanheng å velje eit studieområde som i utgangspunktet hadde ein viss turiststraum. I 1990 var der tett innpå 65.000 registrerte besøk på Røros Turistkontor (Røros Reiselivslag 1990).

### 5.1 Røros Bergstad og Byvandringa

Bergstaden vart grunnlagt i samband med etableringa av Røros Kobberverk i 1644. Historia om Bergstaden er historia om slitet og om vekslinga mellom gode og dårlege tider, om skilnaden mellom rik og fattig. Den delen av historia kan likevel godt stå utanfor det

visuelle kulturlandskapet som Bergstaden er: ei eineståande samling og totalt miljø av velhaldne trehus, der dei minste fattigstogene opp mot Sleggghaugan kan vere like attraktive i sin primitivitet, som gardsanlegga langs Bergmannsgata. Dette trehusmiljøet med gater, veter, folk og busetjing, er truleg noko av det næraste "småbyidyllen" ein kan kome - eit område ein lett kallar "eit levande museum". Byen har vore skåna for store brannar sidan sist på 1600-talet.

Gjennom heile sommarsesongen (juni - september) blir det arrangert daglege<sup>10</sup> omvisingar / guida turar gjennom Bergstaden. Ruta kan variere noko, men turen startar ved Turistinformatjonen og vert avslutta med orientering i Røroskjerka. Turen tek om lag 1

time og 15 minuttar. Det er berre ein guide på kvar tur, men rundt 10 - 12 guidar som er i sving i løpet av sesongen. Kvar tur er fleispråkleg, dersom det er behov for det. Det er inga absolutt øvre grense for deltaking, men ein reknar rundt 30 som ei kritisk grense (dette er m. a. avhengig av om guiden må bruke eitt eller fleire språk). Turen blir hovudsakleg marknadsført gjennom informasjonsheftet "Røros-guiden" (t.d. Røros Reiselivslag 1991).

### 5.2 Sølendet Naturreservat

Sølendet Naturreservat er eit nærmast "klassisk" verneområde. Her er sjeldne naturfaglege kvalitetar (m.a. rike orkidemyrer) og

<sup>10</sup> Med unntak av søndagane, først og sist i sesongen.



**Figur 5.2**

Utfylling - av spørjeskjema ved Nerlaua, Sølendet. - Filling in questionnaires at Nerlaua, Sølendet.

særprega kulturlandskap (slåttemark), og det er skjøtta i lang tid i form av rydding, slått og vedlikehald av buer. Dessutan er det ein lang forskningstradisjon knytt til Sølendet, særleg på den botaniske sida (sjå t.d. litteraturlista i Arnesen & Moen 1991). Sølendet har eit landskapsmessig uttrykk som truleg folk flest vil like. På makroplanet vil det seie den opne bjørkeskogen (Ulrich 1983), dei gamle verbitne tømmerbuene og utsynet over Brekken og Aursunden. I tillegg kjem vide slåtteeenger med eit uvanleg frodig og fargerikt orkidéinnslag. I blømingstida er dette det dominerande synsinntrykket. Her kjem den paradisiske analogien inn - Sølendet i juli kan gjerne gje ein assosiasjon av Edens Hage (Jacobsen 1985).

### 5.2.1 Naturstien og bruken av Sølendet

Det har "i alle år" vore eit jamt sig av særleg botanikarar og kulturinteresserte til Sølendet. Forvaltningsstyresmaktene og dei involverte forskingsinstitusjonane har tatt konsekvensen av dette og lagt ein natursti gjennom reservatet. Poenget er både å opne for publikum, informere om kulturhistorie og naturfaglege kvalitetar, og samstundes prøve å styre trafikken for å hindre for stor slitasje.

Sett i ein reiselivssamanheng er her ei interessant kopling av opplevingskvalitetar knytt til natur, landskap, kulturhistorie og tradisjon. Og alt er autentisk, sjølv om den tradisjonelle utslåt-

ten er erstatta av ein skjøtsel utan primærnæringsmotiv, men med tilnærma same landskapsmessige og botaniske effekt som den gamle markaslåtten. Til og med skogbiletet er kulturhistorisk autentisk, sjølv om det kan gje illusjonen av opparbeidd parkanlegg for rekreasjon. Berre den nylaga natur- og kulturstien står utanfor den kulturhistoriske samanhengen. Denne stien gjev området ein ny og viktig funksjon - den pedagogiske: Sølendet har vorte eit meir eller mindre sjølvinstruerande natur- og kulturhistorisk museum<sup>11</sup>.

Stiane, både den korte og lange sløyfa, er lettgånge. Det er berre svak stigning, i eit oppe og oversiktleg lende, men med tettare skogkratt innimellom. Over dei fleste myrdraga er det bygd solide stokkbruer; formålet er særleg å skåne plantedecket, men dei fungerer også som servicetiltak for gjestene. Det er ikkje rullestol-standard på stien.

### 5.2.2 Naturrettleing og marknadsføring

Det har i mange år vorte gjennomført forhåndstinga turar for ulike grupper på Sølendet, hovudsakleg med botanikarar frå Vitenskapsmuseet i Trondheim eller miljøvernssjefen på Røros som guidar.

<sup>11</sup> Med 'museum' siktar eg meir til funksjonen enn til den formelle statusen; og funksjonen er 're-presentation' (MacCannell 1976).

**Figur 5.3**

*Sølandet – eit sjølv-instruerande museum? - Sølandet – a self-instructing museum?*



Det vart laga eit undervisningsopplegg for grunnskolen i 1983 og alt då vart behovet for ein natursti nemnt (Moen 1983). Denne stien vart sidan foreslått i skjøtelsplanen for Sølandet (Moen & Rohde 1985). Den endelege naturstien (dvs. ein lang sti på om lag 3 km og ein kort på kring 1,5 km) blir presentert i eit eige hefte (Arnesen 1991) som m.a. er lagt ut for sal på Sølandet, Røros Turistkontor og Rørosmuseet.

Sommaren 1991 var første gongen det var arrangert opne, datofesta turar med guide (fire dagar i veka gjennom turistsesongen). Turen hadde ein, fast guide (som også hadde skjøtelsansvaret på Sølandet denne sommaren). Gjennomføringa av turen tok vanlegvis noko over 2 timar og følgde den lengste stitraseen. Det var altså eit heilt nystarta turtilbod / ein "ny turistattraksjon", som vart kjernen i dette forskingsprosjektet.

Forvaltara av Sølandet (Røros kommune, Fylkesmannen i Sør-Trøndelag) eller dei medansvarlege for utforminga av Natur- og kulturstien (Vitenskapsmuseet, Universitetet i Trondheim) har ikkje drive eiga marknadsføring av området eller den guida turen. Men dei to forvaltningsetatane har drive ymse informasjonsarbeid; t.d. står dei ansvarlege for eit påkosta hefte om "Røros landskapet" (1989), der Sølandet blir presentert både med ord og fargebilete. Heftet finst på norsk og engelsk (og snart på tysk), og blir selt for 50 kr.

Forvaltninga har også stilt seg bak det som finst av direkte marknadsføring:

Omvisinga på Sølandet, med datoar og klokkeslett er med både i "Røros-guiden" (Røros Reiselivslag 1991) som finst på norsk, tysk, engelsk og fransk, og i heftet "Natur- og kulturvandringar i Os, Røros og Holtålen 1991" (Rørosmuseet 1991) som er på norsk. I desse to er det også med ei omtale av natur- og kulturkvalitetar på Sølandet.

For mange natur- og naturverninteresserte er som sagt Sølandet naturreservat godt kjent. Det er eit av dei eldste naturreservata vi har og i løpet av 1989 og 1990 vart t.d. området presentert ved to høve i Naturredaksjonen i NRK Fjernsynet.

Det spesielle informasjonsheftet "Sølandet naturreservat - Veiledning til natursti" (Arnesen 1991) var lagt ut til sal (kr 10) både på turistkontoret og Rørosmuseet. Dette fanst og i ei første utgåve i 1990.

*"When tradition, nature and other societies, even "primitive" societies, are transformed into tourist attractions; they join with the modern social attractions in a new unity, or a new universal solidarity, that includes the tourist" (MacCannell 1975:83)*

## 5.3 Naturveiledningsprosjektet

Røros kommune vart plukka ut, i lag med Nord-Reisa og Lom<sup>12</sup>, som forsøksområde i eit såkalla "Naturveiledningsprosjekt" i 1991. Oppdragsgjevarar er m.a. Direktoratet for Statens Skogar og Direktoratet for Naturforvaltning. Det er tilsett ein eigen Naturrettleiar med tilhald på Rørosmuséet. Prosjektet har mellom anna arrangert eller koordinert alle såkalla natur- og kulturvandringar i regionen, sommarhalvåret 1991 og fortset på liknande måte i 1992. Målgruppa for Naturveiledningsprosjektet er langt vidare enn berre tilreisande turistar, men av desse tre kommunane vart Røros tillagt ei spesiell vinkling mot turisme og inntening (Rohde pers. medd.).

Gjennomføringa av prosjektet på Røros vert også evaluert, m.a. med dokumentasjon på kva slag deltakarar ein har hatt på dei ulike turane; dvs. personlege karakteristika, friluftslivserfaring, tilknytning til Røros, informasjonskjelder m.m. (Evenås 1991). Dette er eit nyttig samanlikningsgrunnlag for undersøkinga på Sølendet.

## 5.4 Reiselivsundersøkinga 1991

Tredjeårs-studentar på Reiselivsstudiet ved Oppland Distrikthøgskole gjennomførte i juli 1991 ein makro-studie blant turistar på Røros. Hovudpoenget var å samle inn eit breitt data-materiale som m.a. skulle nyttast i eksamensrapportar ved studieavslutninga.

Håpet mitt var at denne ODH-undersøkinga både kunne bli ei god kalibrering av mine egne resultat, samt at han kunne gje ein tredje samanlikningsdimensjon: Bruken av Sølendet og Bergstaden, i høve til "makro-turismen" på Røros. Dette nivået ville vore heilt uoverkomeleg (både økonomisk og kapasitetsmessig) innafor projektramma til NINA.

Forløpige resultat er presenterte av Flognfeldt jr. (1992), og blir nytta som eit viktig referansemateriale i diskusjonskapitlet (kap. 10).

<sup>12</sup> Alle desse tre kommunane var såkalla MIK-kommunar, dvs. dei var med i det opprinnelege, tre-årige forsøksprosjektet til Miljøverndepartementet kalla "Miljøvern i kommunene".



## 6 Metode

### 6.1 Design

I dette prosjektet er det to og to grupper som blir samanlikna; dei to guida turane (same opplevingsmetoden - ulike attraksjonar) er til saman ei studiepakke, og dei to turformene på Sølendet (ulike opplevingsmetodar - same attraksjonen) den andre.

Forskningsopplegget følgjer eit **differensielt design** (Graziano & Raulin 1989). Det er eit opplegg der to eller fleire grupper blir samanlikna på identisk vis, med unntak for nettopp dei variablane som definerer dei ulike gruppene. Dette er eit strengt komponert design, og det kan diskuteras om alle dei praktiske føresetnadene i forskningsopplegget tilfredsstillir desse krava. Problema er i tilfelle knytt til det å samanstillinga Byvandringa med den guida turen på Sølendet. Er den organisatoriske ramma rundt byvandringa så lik ramma rundt Sølendet, at byvandringa kan kallast ei **kontrollgruppe** for Sølendet?<sup>13</sup>

Det var lettare å tilfredsstillir krava til eit differensielt design gjennom studien av dei to gruppene på Sølendet: Den organisatoriske ramma rundt desse to gruppene var identisk, med unntak av om deltakarane følgde ein guide eller gjekk på eiga hand. T.d. så fungerte den opparbeidde naturstien så godt som kanaliseringssmidde, at også alle som gjekk tur utan guide - iallfall dei som vart intervjuet - følgde den korte eller den lange naturstien. Men det var nokre som supplerte ruta med ein sving utanom den merka stien.

### 6.2 Val av populasjonar

På det overordna planet vil eg seie noko om "interessa for guida turar i naturmiljø". Difor kan **alle deltakarar på guida naturturar** reknast som den overordna populasjonen, eller **målpopulasjonen** ("target population") som Graziano & Raulin (1989) kallar dette nivået.

Denne målpopulasjonen er i praksis utilgjengeleg når det gjeld å ta eit representativt utval. **Deltakarane på dei guida turane på Sølendet** er her valt som **den tilgjengelege populasjonen** (i Graziano & Raulin (1989): "the accessible population").

<sup>13</sup> Graziano & Raulin (1989) kallar ei kvar samanlikningsgruppe under eit differensielt design for ei kontrollgruppe. Det er kanskje meir form-messig korrekt å kalle undersøkinga av byvandringa for eit frittstående case-studium som vert samanlikna med eit anna case, nemleg den guida turen på Sølendet.

Kva særpregar så dei som nyttar tilbodet om guida tur på Sølendet?

Utgangstanken var at det er lettare å gje eit presist og meir informativt svar dersom ein kan sjå denne brukargruppa mot relevante samanlikningsgrunnlag. To andre grupperingar vart valt ut for samanliknande analyse:

1. Dei som besøkte Sølendet på eiga hand.
2. Deltakarane på den guida byvandringa i Bergstaden.

Desse to er tilgjengelege populasjonar frå to andre målpopulasjonar<sup>14</sup>:

1. 'Alle deltakarane på guida kulturvandringar'
2. 'Dei som søker naturoppleving i sjølv-organisert form', dvs. dei som (denne gong) ikkje blir med på ein guida tur, men som gjennomfører "den same turen" på eiga hand.

Desse kan ein kalle sekundærpopulasjonar.

Sekundærpopulasjonane er altså av interesse her fordi dei gjennom **samanliknande analyse** kan auke forståinga av 'målpopulasjonen'. I alle fall er arbeidet bygd på ideen om at **relevante utval frå sekundærpopulasjonane kan hjelpe på tolkinga av kven som tilhøyrer og kva som særpregar målpopulasjonen**.

Valet av sekundærpopulasjonar botna dessutan i vissa om at "Naturveiledningsprosjektet" (sjå kap. 5.3) ville kome fram med data om deltakarane på andre guida turar i naturmiljø i Røros-regionen sommaren 1991, og at ODH sitt arbeid (sjå kap. 5.4) ville gje eit overordna bilete av Røros-turismen sommaren 1991. Alt i alt ville dette gje fire referanse-nivå for å klargjere biletet av den guida naturturisten i Røros-regionen. ODH-materialet kunne i beste fall også gje grunnlag for å skilje faktiske deltakarar, frå potensielle deltakarar, frå ikkje-deltakarar.

### 6.3 Om spørjeskjema og intervjuprosedyre

Dei tre gruppene vart kartlagt ved hjelp av kvart sitt spørjeskjema. Alle tre skjema var identiske, med unntak av nokre tilleggs

<sup>14</sup> Dette er ikkje gjensidig utelukkande populasjonar. Ein og same person kan tilhøyre alle tre populasjonane.

spørsmål for kvar gruppe / tur, for å skreddarsy skjemaet til den spesielle situasjonen / turen.

Dei tema i spørreskjema som denne rapporten omhandlar er:

- tidlegare kjennskap til Røros / Sølendet
- kva som blir vurdert som attraktivt ved Røros?
- kva slag tur ein er på, samt opphaldstid på Røros, overnattingsmåte og lengda på heile turen?
- personlege karakteristika (sosialt, økonomisk, demografisk)
- korleis deltakarane har fått informasjon om turen?
- kor viktig guidinga var / kor viktig det var å gå tur på eiga hand?
- friluftslivserfaring og miljøverninteresse

Som indikatorar på 'miljøverninteresse' nyttar eg her følgjande:

- 1) Om vedkomande har drive med biologi, naturvern eller kulturvern i arbeidet sitt, eller har utdanning i den retning
- 2) Om vedkomande er medlem i noko naturvern-, friluftslivs- eller kulturvernforeining.

Det vart lagt vekt på å finne ei god **utforming** på skjemaet for å lette sjølve utfyllinga. Resultatet vart eit stivt, bretta ark. I bretta form var skjemaet smalt og høgt (14,8 cm x 25,0 cm). Framsida hadde ein kort informasjonstekst og sidene 2 til 4 hadde spørsmål. Unntaket var skjemaet til dei som kom uorganisert til Sølendet. Dette var trykt på 4 vanlege A-4 ark, med tekst på berre ei side. Desse respondentane fekk utdelt ein fløy som skrivreunderlag.

**Intervjuprosedyren** var tilnærma lik for alle gruppene: Alle tre gruppene vart intervjuet på staden, etter at turen var gjennomført. Det metodiske poenget er at alle vart intervjuet i den same situasjonen som spørsmåla tematisk omhandla<sup>15</sup>.

Det at nær på alle gjestene på Sølendet (både guida og ikkje-guida) følgde naturstien, gjorde at intervjuprosedyren for dei to gruppene på Sølendet vart identisk - dei fylte ut det fire-siders skjemaet i / ved Nerlaua etter at turen var gjennomført og etter ei kort munnleg orientering om undersøkinga. Dei vart også oppfordra, før turstart, til å bruke tid på spørreskjemaet når dei var ferdige med runden.

Deltakarane på Byvandringa var enno "benka i Røros-kjerka" då guiden oppfordra dei til å fylle ut eit skjema der og då. Desse fekk ikkje noko orientering før turen starta.

<sup>15</sup> Enkelte respondentar fekk, etter eige ønske, med seg eit skjema (pga. dårleg tid, kraftig regn m.m.), for så å returnere det pr. post.

## 6.4 Administrering av undersøkinga

### 6.4.1 Utvalsprosedyre

Dei utvala vi har gjort er **strategiske utval** (Halvorsen 1989): Vi har bevisst lagt undersøkinga til Røros kommune, og "handplukka" lokalitetar og turtilbod innafor Røros-området. Hovudpoenget er altså ikkje å sikre nasjonal representativitet i utvalet.

Denne kvalitative tilnærminga har ei nytte - kostnad vurdering. Sjølve utveljinga botnar sjølvstakt i at ein nyttar eksisterande kunnskap om turisme og guida turar i naturmiljø, for å finne kvar ein kan gå inn med studien for å prøve å optimalisere ressursbruken, i høve til formålet med prosjektet.

Så gjeld det då å hugse at "lauken her er skrella av i fleire lag" før ein byrjar å kartleggje og analysere det som ligg innafor. Kva tyding hadde desse avskrella laga for å **forklare** innhaldet i laukkjernen? Meir konkret: Kva for innverknad har det for besøket på Sølendet at vi nettopp er i Røros kommune, med sin særprega historie og turistmessige posisjon? Det spørsmålet er ein del av validitetsvurderinga - sjå kap. 6.5, og diskusjonen i kapittel 10.

### 6.4.2 Om utvala

#### Guida tur på Sølendet:

I løpet av perioden 1. juli til 15. august stod det 25 turar på det ordinære programmet. 17 av desse vart gjennomførte; resten vart avlyst pga. for dårleg / inga oppslutning. I tillegg vart det gjennomført 2 forhåndstinga turar for kursgrupper, med den same guiden, i den same perioden.

Det vart også gjennomført andre typar guida turar på Sølendet. T.d. så arrangerer Tännaldalen Hotel i Funäsdalen ulike temakurs, og vitjar ofte Sølendet for sine botaniske vandringar, og då med eigen guide. Ein av desse turane vart med i samplet.

I alt er altså deltakarane frå 20 guida turar på Sølendet oppfordra til å bli med på undersøkinga. I alt vil dette seie 154 deltakarar (over 15 år), og av desse har 126 fylt ut skjema; ein **svarprosent på 82**.

#### Sjølvsorganisert tur på Sølendet:

Det vart brukt 34 dagar til registrering, mellom 3. juli og 11. august. Intervjua vart gjort mellom kl. 8.30 og 19.00 om dagen,



men erfaring synte at det var ei "trafikkmessig" kjernetid frå om lag 11.30 til fram mot kl. 17.00. Vi konsentrerte difor innsatsen, men "mista" på denne måten nokre seine kveldsvitjingar; det såg vi på den automatiske teljaren (sjå kap. 6.9).

Totalt i denne perioden har teljaren registrert 520 personar<sup>16</sup>. Om ein reknar med jamn bruk i heile perioden, blir dette 13 personar pr. dag fordelt på 40 dagar. Vi har altså intervju på 34 av desse 40 dagane, og utifrå gjennomsnittleg tal besøk pr. dag, skal det ha vore 442 personar på besøk i løpet av desse intervjudagane. Vi har fått i alt 197 utfylte skjema, og dette gjev **45 % svar**. Den reelle svarprosenten er noko høgare, m.a. fordi fleire personar besøkte Sølendet fleire gonger, men vart berre intervju ein gong. Andre har berre avlagt ein snarvisitt nedst på Sølendet og bevisst ikkje vorte intervju. Vi veit også at enkelte personar har oppdaga teljaren og "testa" apparatet, dvs. passerte fleire gonger (sjå kap. 6.4). På den andre sida er det også somme som har gått utanom stien / teljaren; for denne perioden (3/7 - 11/8) vart det gjort tilfeldige observasjonar av 35 personar som gjekk utanom teljaren (Arnesen pers. medd.).

### Byvandringa i Bergstaden:

Intervju vart gjort i den same perioden: frå 3. juli til 11. august. Mykje av ansvaret var som sagt overlate til dei 8 guidane: når Byvandringa var fullført og deltakarane enno var i kyrkja, gav guiden ei kort orientering, delte ut skjema og samla inn skjema umiddelbart etterpå.

Det vart i alt gjennomført 74 Byvandringar i denne perioden (to gonger dagleg på kvardagar og ein gong på sundagar). Det vart gjort intervju etter 41 av desse turane. Intervju var fordelt på alle vekedagar, med unntak av søndag; byvandringa på søndag vart ikkje avslutta i kyrkja, og det var difor praktisk vanskeleg å intervju.

Det var Turistkontoret som selde billetter til byvandringa. Mannskapet på Turistkontoret var svært hjelpsame og noterte kor mange deltakarar det var på kvar tur, dvs. kor mange billetter som vart selt. Billettane fordelte seg på familie (60 kr), vaksne (24 kr), barn 7-15 år (12 kr) og honnør/student (18 kr). For desse 41 turane med intervjuing, vart det selt

- 118 familiebillettar
- 817 vaksnebillettar
- 49 barnebillettar
- 126 honnør/studentbillettar.

I denne samanheng er eg berre interessert i dei over 15 år. Familiebillettene krev tolking; Det må minst vere to vaksne + to barn under 15 år eller eit barn over 15, for at det skal vere ein økonomisk fordel med familiebillet. Det er ikkje heilt usannsynleg at det er ei overvekt av barn under 15 år som følgjer foreldra på ei slik byvandring. Eg legg inn ein multiplikasjonsfaktor på 2,5 på talet familiebillettar, dvs. at eg reknar med 2 vaksne i kvar familie og 1 ungdom over 15 år i annakvar familie. Ved å summere, får eg eit totalt deltakartal (over 15 år) på 1238 personar. Det er 341 (over 15 år) som har fylt ut skjema; dette gjev ein **svarprosent på 28**, altså den klart lågaste av dei tre undersøkingane.

Dette var også forventa, m.a. utifrå den kanskje svakare motivasjonen hjå guidane enn om NINA skulle hatt full kontroll og full bemanning for å gjennomføre intervju i kyrkja. Det må likevel poengterast at fleire av guidane gjorde ein svært god innsats. Ein skal også vere forsiktig med å overvurdere poenget med svakare motivasjon. For dei intervjurundane eg sjølv hadde ansvar og kontroll med, vart heller ikkje den gjennomsnittlege svarprosenten høgare enn 37. Den vart klart størst når sjølve turgruppa var lita (den minste gruppa hadde 16 deltakarar og av desse var det 11 som fylte ut skjema, dvs. 69 % svar). Ein måtte truleg valt ei heilt anna utvalsprosedyre for å få radikalt høgare svarprosent på Byvandringane.

## 6.5 Validitet og reliabilitet

Innleiingsvis i dette kapitlet slo eg fast at det overordna målet var å seie noko om 'alle deltakarar på guida turar i naturmiljø'. Men eg poengterte også seinare at Røros og Sølendet var strategiske val som ikkje ville sikre nasjonal representativitet. I kapitlet 3.2 har eg også nemnt det store spekteret av 'guida turar' som finst, og spekteret av motiv som ulike deltakarar kan leggje til grunn for å vere med på ein og same turen. Denne studien aleine har difor avgrensa **ekstern validitet** (Graziano & Raulin 1989), dvs. at resultatata vil gje eit svakt grunnlag for å trekkje generelle slutningar om guida turar i naturmiljø. Men det ville truleg alle konkrete guida-tur-studier hatt, om ein ikkje kunne gå inn i eitt breitt spekter av dei, når det gjeld tema, motiv for deltaking, arrangementsform og geografisk fordeling og særpreg. Denne studien må difor sjåast som eitt bidrag i ei slik brei kunnskapsoppbygging.

Når ein set kulturattraksjon "opp i mot" naturattraksjon, er der også eit validitetsproblem knytt til det å samanlikne etablerte turistprodukt som Bergstaden / Byvandringa, med den nystarta

<sup>16</sup> Då er alle deltakarane på dei guida turane og alle testteljingar m.m. trekt frå.



Guida tur på Sølendet. Det var dette som var bakgrunnen for at informasjonen om dei to turane (gjennom Røros-guiden og bruk av plakatar) vart samordna og gjort likevektig. Dei som ikkje hadde forhåndskunnskap skulle slik sett ha like sjansar til å bli merksam på bae turane (sjå **Vedlegg 1**).

Når det derimot gjeld problemstillinga om kven som vel guida tur i høve til kven som vel å gå ein tur på eiga hand, så har truleg undersøkinga god validitet. Her er parallelliteten svært stor både når det gjeld lokaliteten, deltakarane sitt bruksmønster av Sølendet, spørsmålsutforminga og intervjuprosedyren.

Når det gjeld **reliabiliteten**, så vart det t.d. lagt mykje arbeid i utarbeiding og utforming av spørjeskjema. Skjemaet på Sølendet vart testa av ei gruppe på ein forhåndstinga tur (20 personar) i midten av juni 1991, samt av lokale nykelpersonar på Røros.

På slutten av alle tre spørjeskjema kom følgjande spørsmål: "Er det noe spesielt som gjør Røros-området attraktivt for deg, i tilfelle hva?" Her kan det ligge eit reliabilitets-problem. Klarar respondenten å "frigjere seg" frå den turen dei nett har vore med på når dei svarar på dette spørsmålet? T.d. dei som nett har vore med på ei byvandring: kan ramma rundt intervju-situasjonen (den historiske guidinga, Bergstaden og sjølve intervjuet i Røros-kjerka) ha styrt svargjevinga deira i retning 'kultur og historie'. Men eit slikt resonnementet **kan** også snuast andre vegen, altså at respondenten tenkte: "når eg no er med på ei byvandring så er Bergstaden og kulturminna så opplagte, at det er viktigare å nemne andre ting". Dette problemet gjeld i mindre grad for Sølendet: trass i at dette er eit naturreservat, så er kulturpåverknaden ein svært viktig del av både guidinga og landskapet på Sølendet. "Styringa" vil difor ikkje gå ein-sidedig mot korkje natur eller kultur. I allfall er denne effekten forsøkt motverka ved at dette attraksjons-spørsmålet er lagt inn i ei eigen sluttbolk med spørsmål. Denne bolken gjeld berre dei tilreisande og omhandlar heile 'opphaldet i Røros-regionen' (opphaldstid, overnattingsform, reisefølgje m.m.).

Ved å samanlikne med resultatata frå ODH si reiselivsundersøking på Røros, kunne ein få eit bilete av det Graziano & Raulin (1989) kallar "interrater reliability", altså om ulike målepersonar får samsvarande resultat. Eg tilpassa difor formulering og svaralternativ på fleire av variablane til ODH-skjemaet, slik at resultatata skulle la seg samanlikne.

## 6.6 Representativitet<sup>17</sup>

Den **guida turen på Sølendet** er svært godt dekt: Utvalet er praktisk talt lik det totale tilbodet av guida turar, med unntak av forhåndstinga turar frå særgrupper tidleg og seint i sommarse-songen. Eit anna trekk er at på 14 av dei 20 undersøkte turane var det 100 % svaropplutning; bortfallet er altså knytt til nokre få turar.

Dei som tok **uorganiserte turar på Sølendet** har ein tilsynelatande låg svarprosent. Men for 14 tilfeldig fordelte registrerings-dagar vart det rekna nøyte på kor mange som gjennomførte ein tur på Sølendet, i høve til kor mange som fylte ut skjema. Gjennomsnittleg svarprosent for desse dagane vart 71. For den tida på dagen då vi var registreringsaktive, var det altså ein relativt høg svarprosent, noko som indikerer god representativitet. Spørsmålet er så om dei som vitja Sølendet om kvelden / utanom registreringstid, var kvalitativt andre grupper enn dei vi har samla data om.

Når det gjeld **vandringa i Bergstaden**, er representativiteten låg. Her har eg berre nådd fram til dei mest motiverte og må vere forsiktig med å generalisere resultatata. Sjølve utvalet er klart større enn for dei to gruppene på Sølendet, men normalt kan ikkje storleiken på eit utval vege opp verknadene av eit eventuelt systematisk skeivt utval (Undheim 1985). Problemet vert forsterka av det store deltakartalet på Byvandringane; i 1990 var talet 8935 personar (Røros Reiselivslag 1990).

## 6.7 Statistisk analyse

For å finne ut om desse tre utvala, statistisk sett er å rekne til same populasjonen eller ikkje, vert det nytta ulike testar<sup>18</sup>, avhengig av målenivået på variablane. Ved nominalt nivå vert det nytta kji-kvadrat test, ved ordinalt nivå Mann-Whitney U-test, og ved skåre nivå Students t-test (om ulike målenivå, sjå t.d. Troye & Heide 1987, Graziano & Raulin 1989). Analysen er gjort med det statistiske programmet SPSS/PC+ Versjon 3,1 (SPSS Inc. 1989, Norusis 1988). Signifikansnivået er sett til 0.05, dvs. at det skal vere mindre enn 5 % sjanse for at skilnadene er tilfeldige. Resultata gjeld dei personane som er 16 år eller eldre.

<sup>17</sup> Med representativitet meiner eg her om dei innsamla data er representative i høve til dei tre ulike 'tilgjengelege populasjonar' som her er undersøkte; altså ikkje representativitet i høve til målpopulasjonen.

<sup>18</sup> Det er berre to og to av utvala som blir samanlikna: Guida tur på Sølendet med uorganisert tur på Sølendet, og guida tur på Sølendet med guida tur i Bergstaden.



**Tabell 6.1** Aggregerte kategoriar for kva den tilreisande opplever som attraktivt i Røros-området. - Aggregated categories of the visitors' images of what is attractive in the Røros area.

1. NATUR:
  - a. Naturlandskap - fjella - natur generelt
  - b. Botanikk
  - c. Natur (andre)
2. KULTUR:
  - a. Bergstaden
  - b. Gruvene (-historie, -museet)
  - c. Kulturlandskap (det fysiske)
  - d. Kulturhistorie / historie
  - e. Litteratur
3. LANDSKAPET / OMRÅDET GENERELT.
4. HYTTE-/FRILUFTSLIV:
  - a. Turar / friluftsliv
  - b. Andre aktiviteter
  - c. Har hytte her
5. SOSIAL-PSYKOLOGISKE:
  - a. Venner
  - b. Slékt - identitet
  - c. Andre sosiale
6. ANDRE:
  - a. Generelle trivselsmoment
  - b. Kommunikasjon - informasjon
  - c. Service
  - d. Andre
7. INGENTING

Det vart stilt eit ope spørsmål til dei som budde utanfor Røros-regionen: "Er det noe spesielt som gjør Røros-området attraktivt for deg, i tilfelle hva?".

I første omgang koda eg desse heilt fritt, for å vere så trugen som råd i høve til det som var svart<sup>19</sup>. Så laga eg 20 samlekategoriar som var felles for alle tre turtypane. Frå desse 20 kategoriane, aggregerte eg så til 7 overordna kategoriar etter systematikken i **tabell 6.1**.

I analysen av følgjande tre variablar: - kva som var attraktivt på Røros, - kvar deltakarane fekk informasjon om turen, og - korleis dei overnatta, nytta eg Tables-funksjonen i SPSS. Denne gjer ein i stand til å handtere variablar der det er høve til å gje to

<sup>19</sup> Denne første kategoriseringa resulterte i 39 kategoriar for Guida tur - Sølendet, <sup>58</sup> kategoriar for Eigen tur - Sølendet og 66 kategoriar for Byvandringa.

eller fleire svar (multiple respons). Det blir likevel svært omstendleg å teste for signifikante skilnader mellom dei tre turgruppene, for desse variablane; det er difor utelate.

## 6.8 Marknadsføring

For dei som kom til Røros og korkje kjende til Byvandringa eller omvisinga på Sølendet, så vart det laga **plakatar** i A 4-format (med norsk, tysk og engelsk tekst på kvar sine plakatar) som gav **sidestilt orientering og desse to tur-tilboda (Vedlegg 1)**. Plakatane vart laga for dette prosjektet og hengde opp ved prosjektstart (frå 2. juli og framover) i heile Røros-regionen - på faste plakattavler, ved info-tavler langs riksvegane 30 og 31, ved alle tre turistkontora og ved alle større og mange mindre overnattingsbedrifter. Poenget var å gje relativt like stor sjansar for å bli merksam på baa turtillboda.

Noko ut i prosjekt-perioden vart det dessutan laga ein eigen plakatar for den guida turen på Sølendet (**Vedlegg 2**). Bakgrunnen var den dårlege oppslutninga om turen. Meir konkret om dette i kap. 7.7. Sjå elles kap. 5.2.2 om marknadsføringa av Sølendet og den guida turen.

## 6.9 Kvantifisering av besøket på Sølendet

For å måle bruksintensiteten og vurdere svarprosenten på det uorganiserte besøket på Sølendet, sette vi opp ein **automatisk teljar** ved stien. Denne var av typen Trail Traffic Counter TCS 120, og registrerte talet på personar /store dyr o.a. som passerte langs stien. Desse var registrerte ved at ei infraraud stråle om lag 1,2 m over bakken (mellom ein sendar og ein reflektor), vart broten. Ved teljaren var det skog heilt inntil stien på den eine sida. For å få folk i grupper til å gå etter kvarandre vart det sett opp eit reis med bjørk på den andre sida av stien.

Teljaren vart sett ut 4. juni og teken ned 30. august. Registreringa fanga altså opp ferdsla om lag ein månad før guidinga/intervjuinga tok til og om lag to veker etter at guidinga var avslutta.

Teljaren vart avlesen og testa nesten dagleg i intervju-perioden. Konklusjonen er at han talde svært presist. Det kan likevel ha blitt ei overregistrering; vi veit om eitt tilfelle der ei heil gruppe tok pause ved det omtalte bjørkereiset og fleire i gruppa passerte truleg teljaren fleire gonger.

Teljaren var godt skjult. Alle guida turar gjekk forbi teljaren, og guiden vart aldri spurt om kva slag apparat som stod montert i skogen. Men vi veit om tilfelle der teljaren vart oppdaga og "testa". Det var også svært få av dei som gjekk naturstien på eiga hand som, ved intervjuet etterpå, nemnde at dei hadde sett "noko apparat" ute i løypa (men dei vart heller ikkje spurde om dette).

Teljaren var plassert slik at han fanga opp både dei som gjekk den korte og den lange stien. Nokre gjekk utanom stiane og desse vart sjølvstundt ikkje registrerte. Dette var særleg dei botanisk interesserte som kjende Sølendet frå før og som var svært selektive i rutevalet (Arnesen pers. medd.).

## 7 Resultat I: Deltakarane på dei guida turane på Sølendet

### 7.1 Tidlegare kjennskap til Røros og Sølendet

Heile 75 % av deltakarane på dei guida turane på Sølendet hadde tidlegare vore på Røros (inkludert dei som budde i Røros-regionen), men berre 18 % hadde vore på Sølendet før.

Dei med tidlegare erfaring frå Sølendet hadde gjennomsnittleg vore der 3 gonger.

### 7.2 Kva er det som gjer Røros attraktivt?

Blant dei tilreisande nemnde 58 % kultur- og 48 % naturkvalitetar.

Meir konkret (sjå den 20-delte systematikken i **tabell 6.1**) så var det "Naturlandskap - fjella - natur generelt" som vart nemnt av flest (42 %), deretter kom "kulturhistorie / historie" (29 %), "Bergstaden" (19 %) og "Slekt - identitet" (16 %).

**Figur 7.1** syner fordelinga etter den 7-delte systematikken (sjå **tabell 6.1**), kopla mot dei tilreisande som hadde vore / dei som ikkje hadde vore på Røros før. Legg merke til at "hytte- / friluftsliv" er skilt ifrå naturkvalitetane i denne systematiseringa. Ei slik grov aggregering skjuler vesentleg informasjon: kategoriane "hytte- / friluftsliv" og "sosial-psykologisk" skil særleg sterkt mellom dei med / utan tidlegare besøk på Røros. Det er fordi at dei som kjende Røros frå før, i langt større grad har hytte eller slekt på Røros. Eit anna trekk er at dei som ikkje hadde vore på Røros før, i større grad nemnde 'kulturkvalitetar', enn dei som hadde vore der før. Ei slik oppsplitting i 14 undergrupper (**figur 7.1**) på eit så lite materiale (N=90), gjer sjølvstundt at ein ikkje må leggje for mykje vekt på dei absolutte tala.

### 7.3 Opphaldet i Røros-regionen

Dei med heimstad utanfor Røros-regionen hadde denne gongen ei gjennomsnittleg opphaldstid i regionen på **6 døgn**. Dei fleste (64 %) var der i 5 døgn eller mindre, men snittet vart heva ved at enkelte personar var der spesielt lenge (10 % i 15 døgn eller meir).



Røros-opphaldet gjekk inn i ein tur på gjennomsnittleg 14 døgn.

Åtti prosent av desse tilreisande sa dei var på ein **ferie / fritidstur**; dei resterande var stort sett kurs- eller konferansedeltakarar.

Til overnatting sa den største gruppa at dei bruka **eiga eller lånt hytte** (33 % av dei tilreisande). Elles var det nokså jamt fordelt mellom ulike overnattingsalternativ - sjå **figur 7.2**. Dei som ikkje tidlegare hadde vore på Røros overnatta i større grad på campingplassar og i utleiehytter (dels også hotell/motell).

**Figur 7.3** syner korleis Røros-opphaldet fall inn i resten av **reiseruta**. Den største gruppa (48 %) sa at "Røros-regionen er resemålet".

Sølandet er attraktivt for **familiar med barn**; denne gruppa utgjorde 28 % av deltakarane. Berre gruppa med organiserte fellesturar var større (31 %) og dette var altså deltakarar som oftast var med forhåndstinga turar på Sølandet. Berre 6 % kom aleine til desse guida turane.

## 7.4 Personlege karakteristika

### Heimstad:

Det var ein klar dominans av norske deltakarar på turane. Resultatet undervurderer dessutan den norske dominansen fordi ei dansk høgskolegruppe på 21 personar er med i materialet; dette var ein forhåndstinga tur. Om vi ser bort frå denne gruppa, var det 79 % nordmenn og 17 % svenskar. Sjå **figur 7.4**, som inkluderer den danske gruppa.

Blant nordmennene var det flest frå Sør-Trøndelag (37 %), med Trondheim og Røros som dei dominerande kommunane. Over halvparten av dei norske deltakarane kom frå nabofylka Hedmark eller Sør-Trøndelag. Regionen (Røros, Os og Holtålen kommunar) var representert med 21 % av deltakarane. **Figur 7.5** syner fordelinga på landsdelar.

### Kjønn:

Kvinnene var i fleirtal med 62 % av deltakarane.

### Alder:

Det var stor aldersspreiing, og relativt jamn fordeling opp til 76 år. Gjennomsnittleg alder var 43 år.

### Leveveg m.m:

80 % var yrkesaktive på heiltid. Dei siste 20 % delar seg nokså likt på deltidsarbeidande, studentar og pensjonistar.

### Inntekt:

Når det gjeld personleg inntekt var det bortimot 30 % som ikkje svara. Blant dei resterande svinga inntektene mellom 0 og 440.000, med snittet på 190.000 kr pr. år.

Bortfallet var endå større på spørsmålet om samla hushaldsinntekt - heile 65 %. Det registrerte gjennomsnittet var her 360.000 kr.

### Utdanning:

Det gjennomsnittlege utdanningsnivået var 15 år. Berre 7 % hadde stoppa etter grunnskuleutdanning. Om ein reknar at dei med minst 12 års skulegang har 3-årig vidaregåande skule eller meir, så hadde i alt 80 % av deltakarane nådd dette nivået. 36 % hadde 17 år eller meir, dvs. at dei kan ha fullført eit hovudfagsstudium ved universitet / høgskule. 15 % svara ikkje på dette spørsmålet.

## 7.5 Friluftslivserfaring

I løpet av det siste året (juli 1990 til juli 1991) var det berre 3 % som ikkje hadde vore på nokon **tur til fots i naturen**. Den største gruppa (44 %) meinte dei hadde vore på ein tur som var lenger enn 20 km - sjå **figur 7.6**.

Derimot så var det 30 % som sa dei aldri hadde vore på nokon **fleirdagars fot- eller skitur i skog/mark/fjell**. Den nest største gruppa var i andre enden av skalaen: 28 % hadde vore på meir enn 20 slike turar. Sjå elles **figur 7.7**.

## 7.6 Miljøverninteresse

Det var 36 % som sa dei hadde innslag av biologi, naturvern eller kulturvern i utdanning eller arbeid (**figur 7.8**). Heile 55 % sa dei var medlem i ein eller fleire organisasjonar innan dette feltet (**figur 7.9**).

## 7.7 Kvar har deltakarane fått informasjon om turen?

Tre kjelder peika seg ut som om lag like viktige:

1) Rørosguiden / brosjyrar, 2) plakatar og oppslag, og 3) venner / familien.

20 - 25 % av deltakarane hadde ført opp ein eller fleire av desse tre (**figur 7.10**). Den relative fordelinga var nær på uavhengig av om deltakaren hadde vore på Sølandet før eller ikkje.

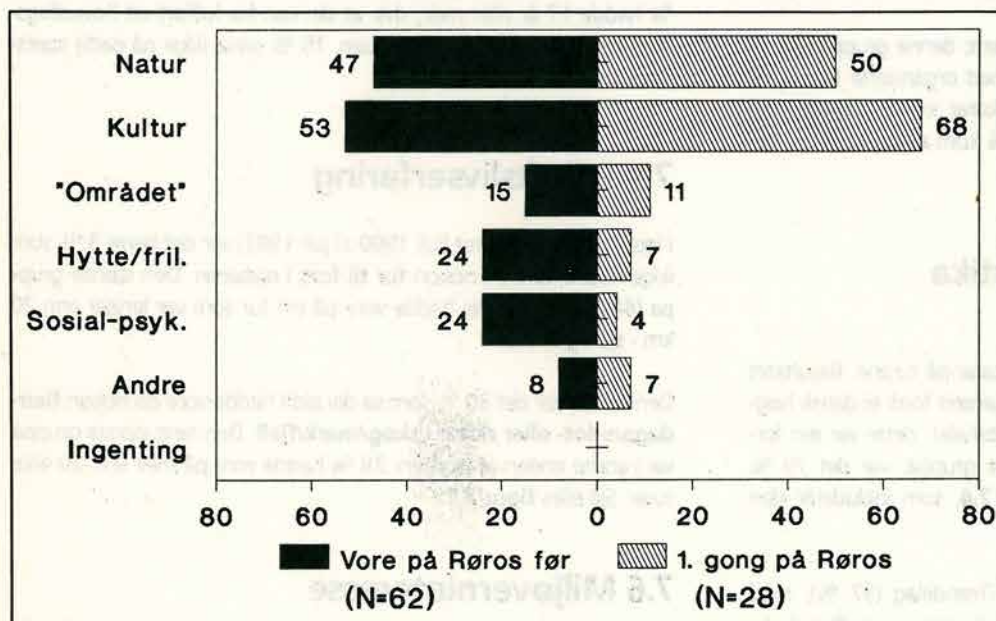
Dei organiserte fellesturane låg litt "på sida" ved at deltakarane hovudsakleg hadde fått informasjon gjennom reiseselskapet / turleiaren.

Pga. av den dårlege oppslutninga om dei første guida turane på Sølendet, vart det laga ein ny plakate som berre informerte om denne turen (sjå **vedlegg 2**). Ved berre å sjå på svara frå deltakarane etter at denne plakaten kom opp (14. juli), blir nettopp "plakatar / oppslag" den viktigaste informasjonskjelda (31 % av deltakarane).

## 7.8 Andre sider ved gjennomføringa av turen

Dei som sa at dei ikkje kunne ha **tenkt seg å ta denne turen utan guide**, var alle (med eitt unntak) førstegangsgjester på Sølendet (sjå **figur 7.11**). Ingen av dei som ikkje visste om dei kunne ha tenkt seg ein slik tur, hadde heller vore her før<sup>20</sup>. Og som ei forsterking av dette: alle som hadde vore der før kunne godt ha tenkt seg ein tur utan guide.

98 % var "svært nøgde" eller "**nøgde**" med turen; dei fleste (61 %) var "svært nøgde" (**figur 7.12**).



**Figur 7.1**

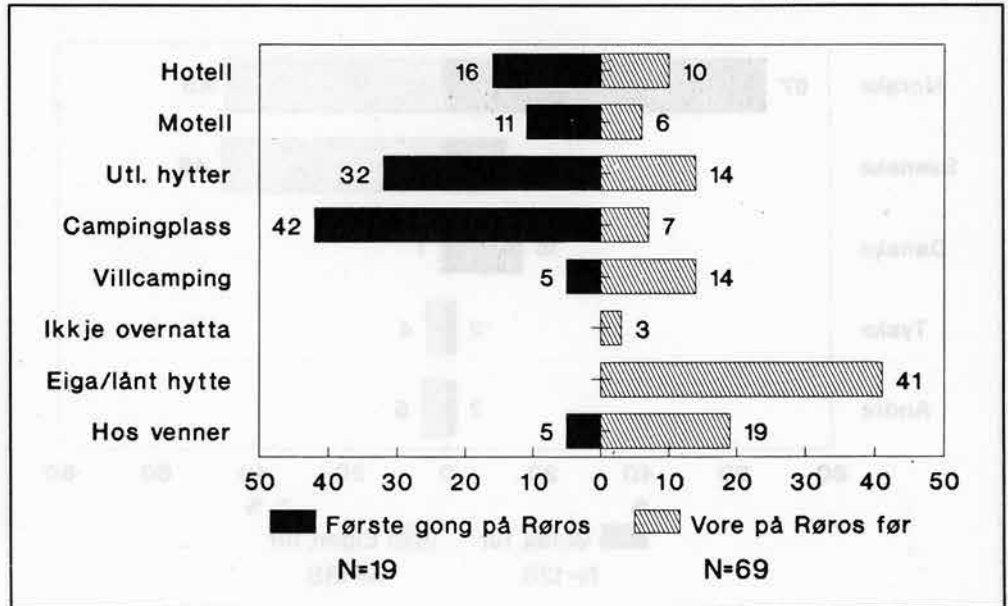
*Kva gjer Røros-området attraktivt for dei tilreisande deltakarane på den guida turen på Sølendet. - What makes the Røros area attractive to the visiting participants on the guided trip at Sølendet.*

<sup>20</sup>  $\chi^2(2, N=109) = 13,50, p < .01$



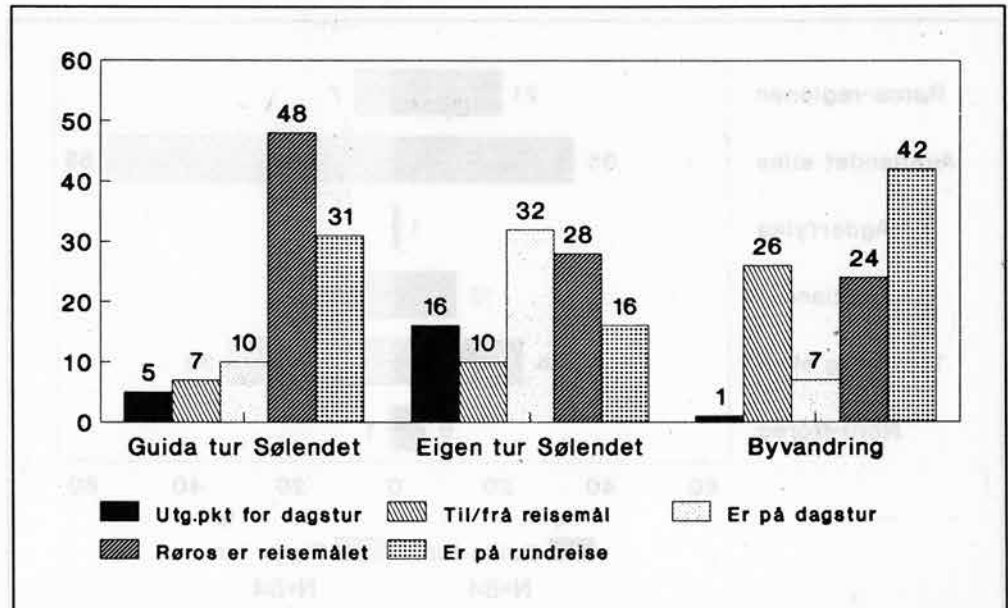
**Figur 7.2**

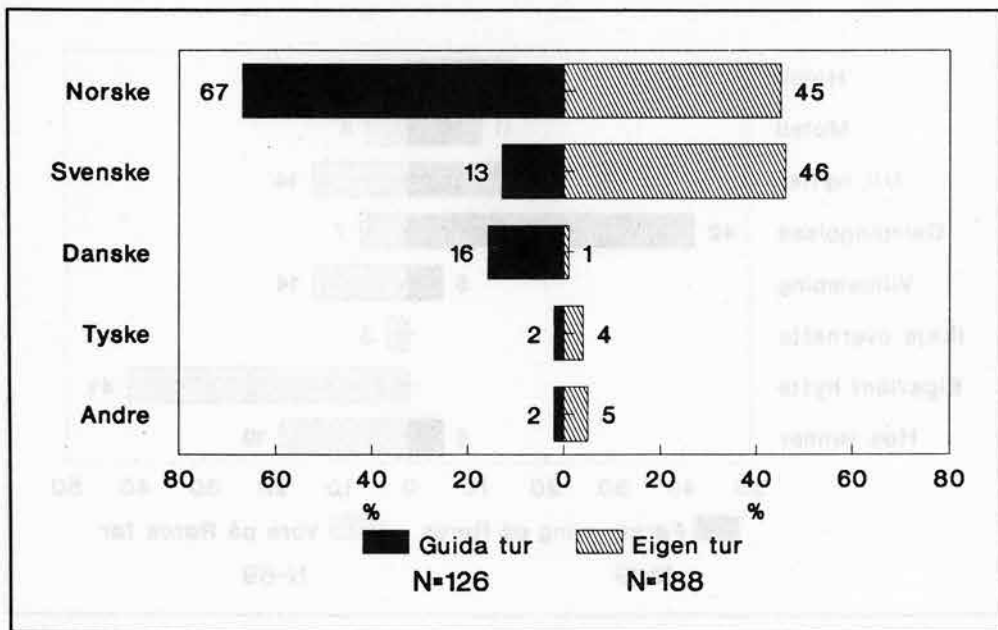
Korleis dei tilreisande deltakarane på den guida turen på Sølendet overnattar i Røros-regionen. - Where do the visiting participants on the guided trip at Sølendet stay overnight in the Røros area.



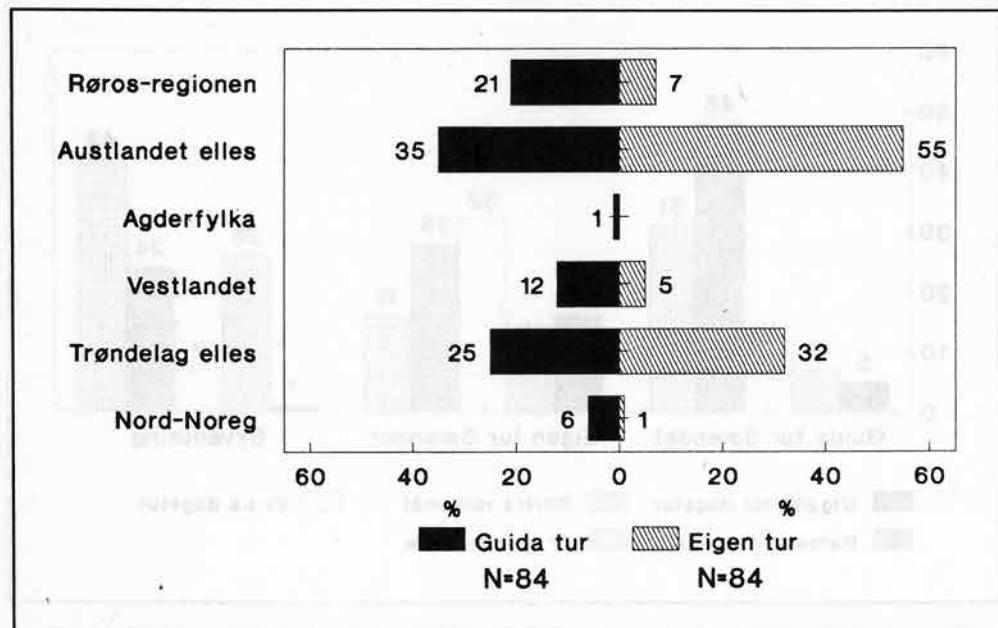
**Figur 7.3**

Korleis Røros-regionen fall inn i reiseruta. - How does the Røros area fit into the travelling pattern on this journey.





**Figur 7.4**  
Nasjonsfordelinga blant gjestene på Sølendet. - Which countries do the visitors to Sølendet come from?

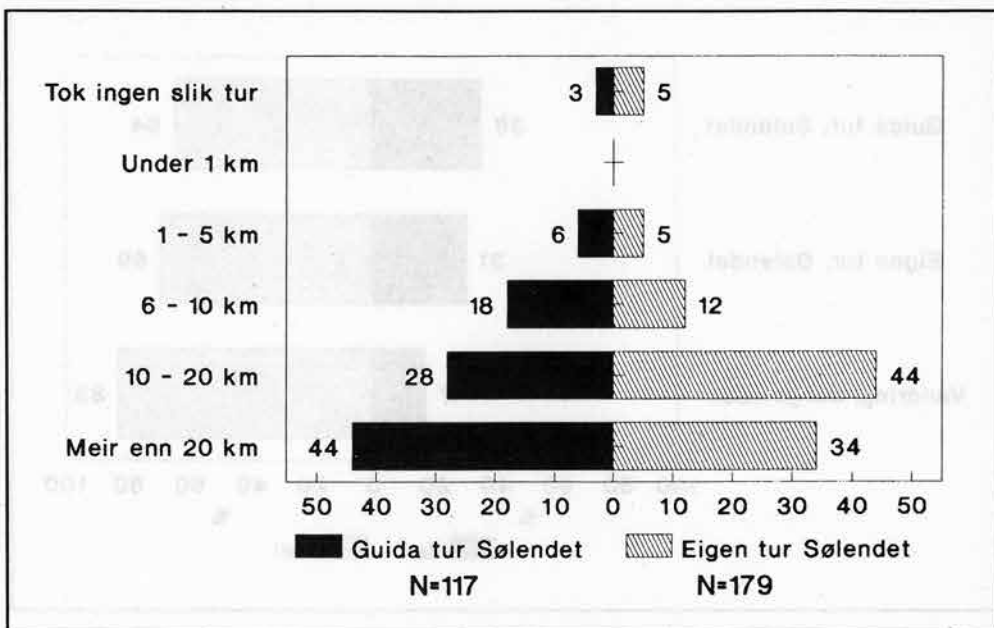


**Figur 7.5**  
Dei norske gjestene på Sølendet fordelt på landsdelar. - Which regions do the Norwegian visitors to Sølendet come from?



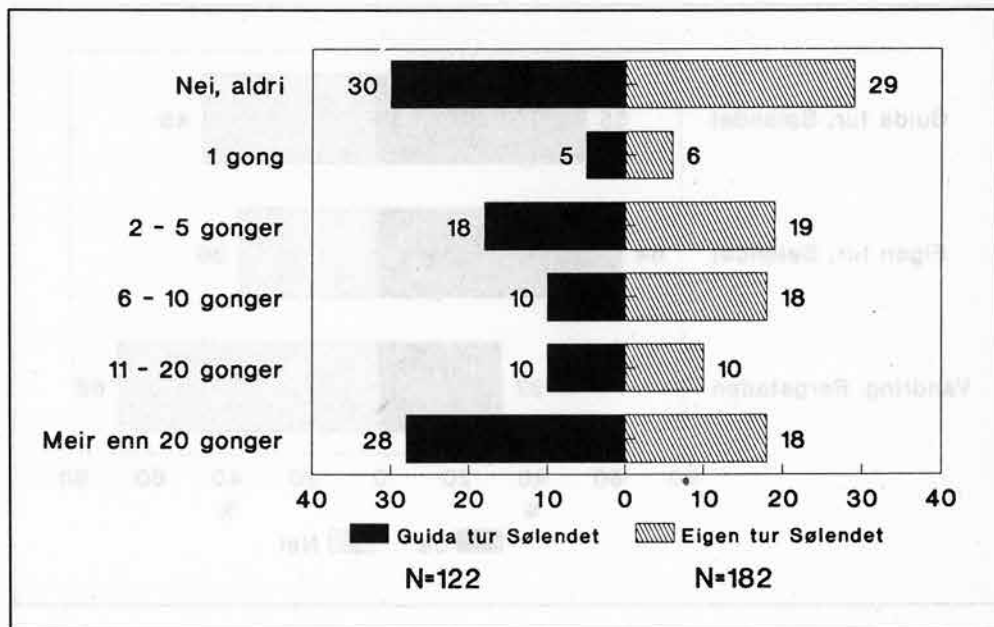
**Figur 7.6**

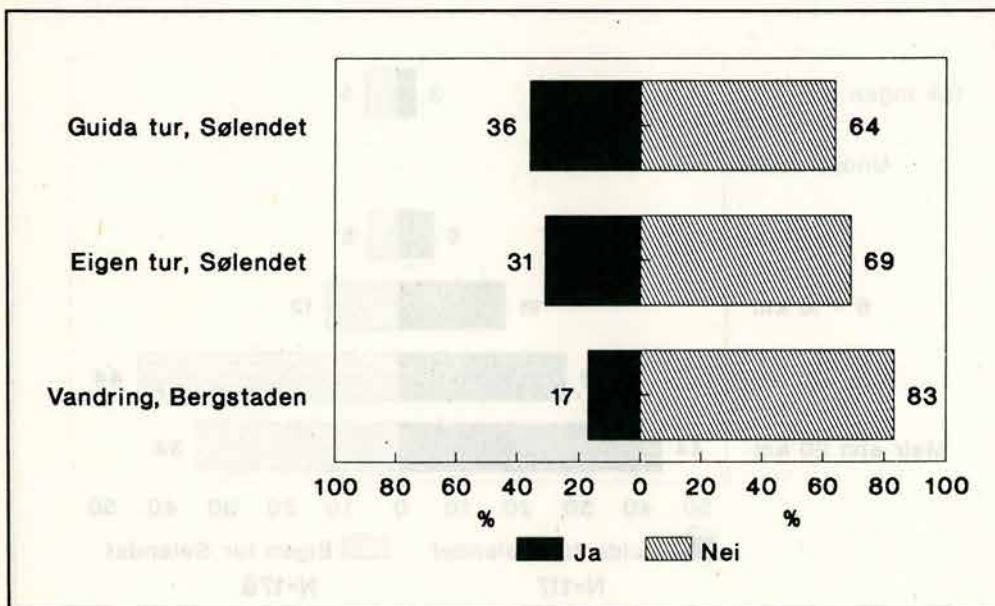
Kor lang var den lengste turen til fots i naturen, i løpet av siste året? - How long was your longest hike in the outdoors during the last year?



**Figur 7.7**

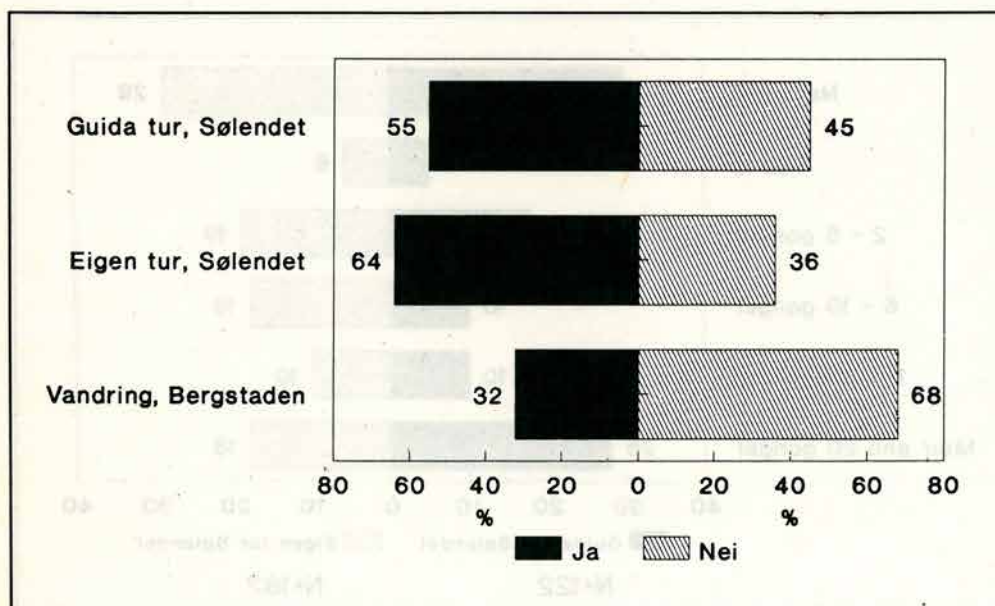
Har du nokon gong vore på fleirda- gars ski- eller fottur i skog / mark / fjell? - Have you ever been on an overnight hike or skiing trip in the forests or in the wildlands?





**Figur 7.8**

Har du biologi, naturvern eller kulturvern i arbeid eller utdanning? - Does your work or education contain biology, nature preservation or cultural preservation?



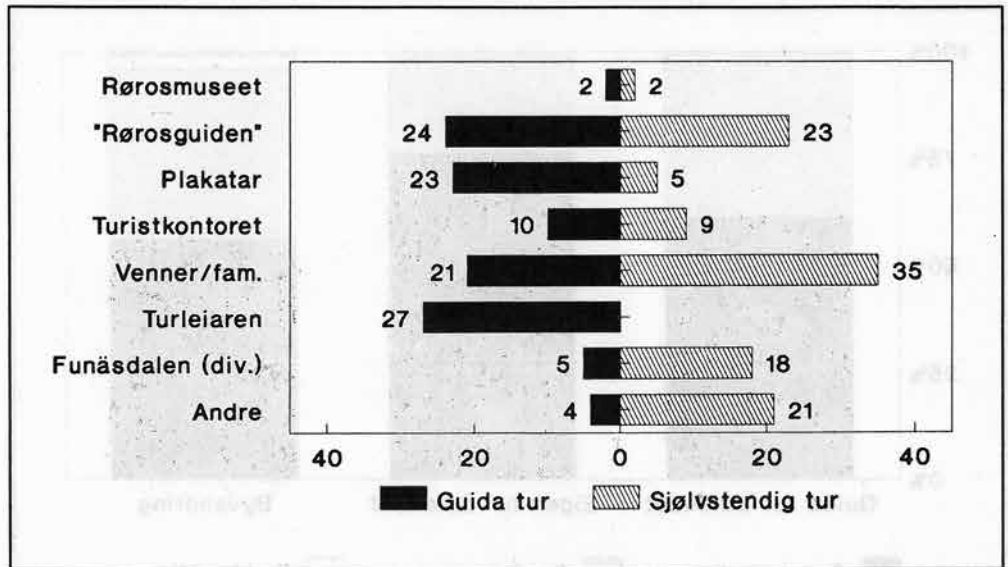
**Figur 7.9**

Er du medlem i noko naturvern-, friluftsliv- eller kulturvernforeining? - Are you a member of any organization that works with nature preservation, outdoor recreation or cultural preservation?



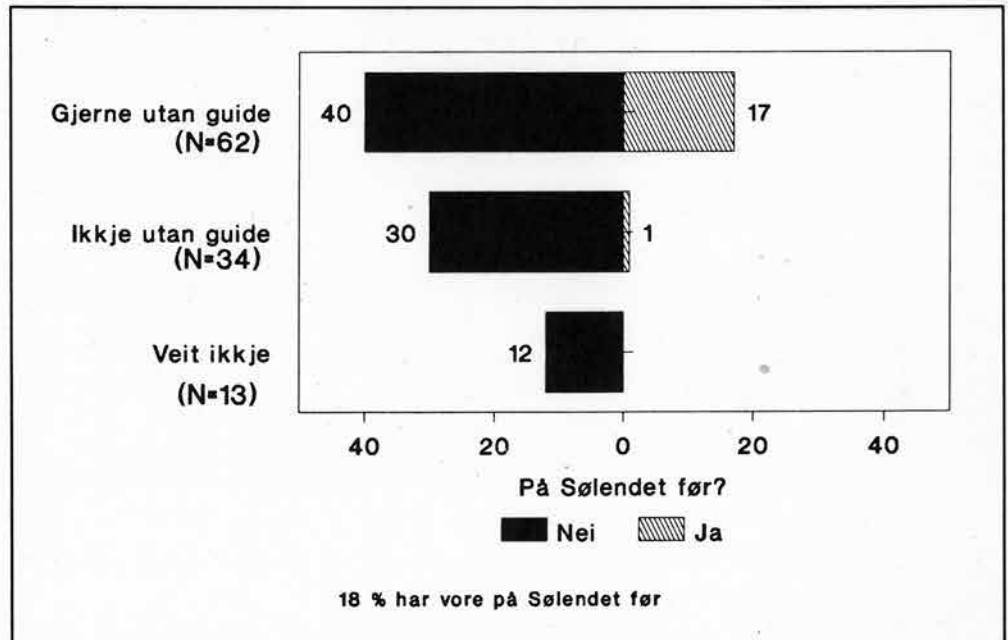
**Figur 7.10**

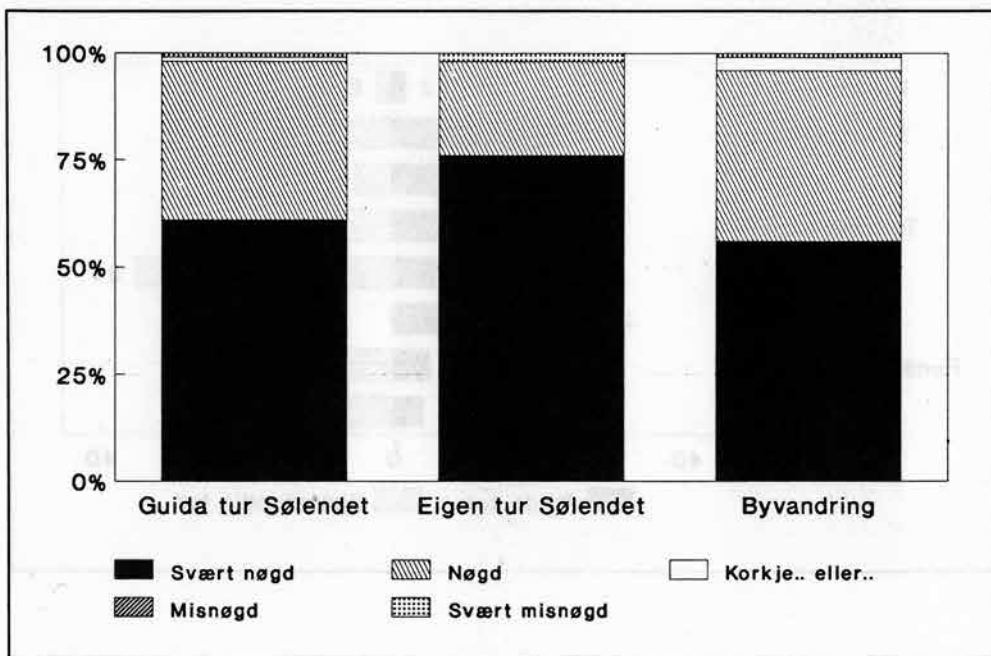
Kvar fekk gjestene på Sølendet informasjon om turen / naturstien? - Where did the visitors to Sølendet get information about the guided trip or the nature trail?



**Figur 7.11**

Deltakarane på den guida turen på Sølendet: Korleis var sambandet mellom om ein hadde vore på Sølendet før, og om ein kunne tenkt seg å gå turen utan guide. - The participants on the guided trip at Sølendet - was there any connection between whether they had visited Sølendet before and their eventually interest in taking trip at Sølendet without a guide?





**Figur 7.12**  
 Kor nøgd var du alt i alt med turen?  
 - How satisfied were you with your trip?





## 8 Resultat II: Dei sjølv-organiserte gjestene på Sølendet – skil dei seg frå dei guida?

Dette kapitlet legg berre vekt på dei tema / kjenneteikn som signifikant skilde deltakarane i dei to gruppene, jfr. **tabell 8.1**.

### 8.1 Kva er det som gjer Røros attraktivt?

Det var om lag like mange både blant dei sjølv-organiserte og dei guida gjestene, som nemnde naturkvalitetar (50 %). Derimot var det **langt færre av dei sjølv-organiserte som framheva kultur-aspektet** (32 %). Det meir generelle "landskapet" vart nemnt av noko fleire (26 %) - sjå **figurane 8.1 og 7.1**.

Også for dei som gjekk eigen tur var det overordna "Naturlandskap - fjella - natur generelt" nemnt av flest (44 %). Så kom "landskapet / området generelt" (26 %) og som tredje viktigaste punkt "**botanikk**" (16 %). "Bergstaden" vart nemnt av 12 % (sjå den 20-delte systematikken i **tabell 6.1**).

**Figur 8.1** syner den sju-delte aggregeringa av "det attraktive" og skilnaden mellom dei med og utan tidlegare kjennskap til Røros. Også her (som for dei guida deltakarane) var det å ha hytte eller ikkje, det som skilde dei med og utan tidlegare erfaring frå Røros (under "hytte- / friluftsliv").

### 8.2 Kor viktig var det å gå utan / med guide?

65 % sa at dei godt kunne tenkt seg ein guida tur på Sølendet (**figur 8.2**). "Veit ikkje"-gruppa var berre 8 %. Fordelinga var nokså lik (men omvendt) for dei som følgde den guida turen: 58 % sa dei godt kunne gått utan guide og her var tvilarane noko fleire (13%). Det var altså **noko over fjerdeparten i kvar gruppe som var så definitive i valet av "opplevingsmetode" (guiding / ikkje-guiding), at dei ikkje kunne tenkje seg den andre måten**.

Det var ingen signifikant skilnad mellom dei som hadde vore på Sølendet før og dei som var der for første gong, når det galdt ønskje om å gå med / utan guide (N=151).

### 8.3 Andre sider ved deltakarane og opphaldet på Røros / Sølendet

Det var fleire **sosio-demografiske variablar** som skilde dei to gruppene på Sølendet (sjå **tabell 8.1**).

Blant dei som gjekk eigen tur på Sølendet var det:

- 1) **fleire eldre** (gjennomsnitt på 50 år).
- 2) færre heiltidsarbeidande (i alt 59 %) og tilsvarande **fleire deltidsarbeidande** (16 %) og **pensjonistar** (13 %).
- 3) **langt fleire svenskar** (46 %, mot 13 % av dei som let seg guide) - **figur 7.4**. Blant dei norske var det færre frå Røros-regionen blant dei sjølv-organiserte (7 %) - austlendingane utgjorde 55 % av den norske gruppa.

Dessutan var det nokre **åtferdsmessige tema** som skilde gruppene. Blant dei sjølv-organiserte var det:

- 4) **færre som hadde Røros-regionen som spesielt reisemål** (28 %) - sjå **figur 7.3**,
- 5) **færre familiar med barn** (23 %), og langt fleire familiegrupper utan barn (51 %) <sup>21</sup>,
- 6) **fleire som hadde vore på Sølendet før** (37 %). Derimot var det ingen signifikant skilnad mellom gruppene i **kor mange gonger** dei med Sølendet-erfaring hadde vore på Sølendet,
- 7) **noko fleire som overnatta på hotell og i utleiehytte, og også fleire som ikkje overnatta** (**figurane 7.2 og 8.3**).

Det var nokre fleire (i alt 76 %) som var "**svært nøgde**" med turen sin blant dei sjølv-organiserte enn blant dei som gjekk med guide (**figur 7.12**).

<sup>21</sup> Her gav det stort prosentvis utslag at gruppa "Organisert fellestur" sjølvsgatt borte blant dei uorganiserte Sølendet-gjestene.

**Tabell 8.1** Signifikante skilnader mellom deltakarane på dei guida turane på Sølendet og dei som opplevde Sølendet på eiga hand. - Significant differences between the participants on the guided trips at Sølendet and those who experienced Sølendet on a self-organized trip.

Variabeltema	Test-verdi	Signifi-kansnivå	N		Statistisk test 1)
			Guida	Uorg.	
Kjønn	3,32	0,07	126	187	X <sup>2</sup>
Alder	-4,07	** 2)	126	188	t-test
Leveveg m.m.	17,42	**	128	192	X <sup>2</sup>
Utdanning	1,41	0,16	107	163	t-test
Heimstad (land)	60,62	**	126	188	X <sup>2</sup>
Heimstad (landsdel)	16,84	**	84	84	X <sup>2</sup>
Dagar på Røros	-0,09	0,93	96	156	t-test
Dagar heile turen	0,26	0,80	94	137	t-test
Reiseruta	35,82	**	105	167	X <sup>2</sup>
Reisefølgje	71,70	**	106	177	X <sup>2</sup>
På Røros før?	0,08	0,77	121	168	X <sup>2</sup>
Gonger på Røros	0,23	0,82	51	110	t-test
På Sølendet før?	10,45	**	112	164	X <sup>2</sup>
Gonger på Sølendet	-0,40	0,69	13	56	t-test
Lang tur til fots	-0,92	0,36	117	179	M-W
Fleirdagars tur	-0,92	0,36	122	182	M-W
Miljø i arbeid/utd.	0,62	0,43	123	182	X <sup>2</sup>
Medlem i miljøorg.	2,17	0,14	120	184	X <sup>2</sup>

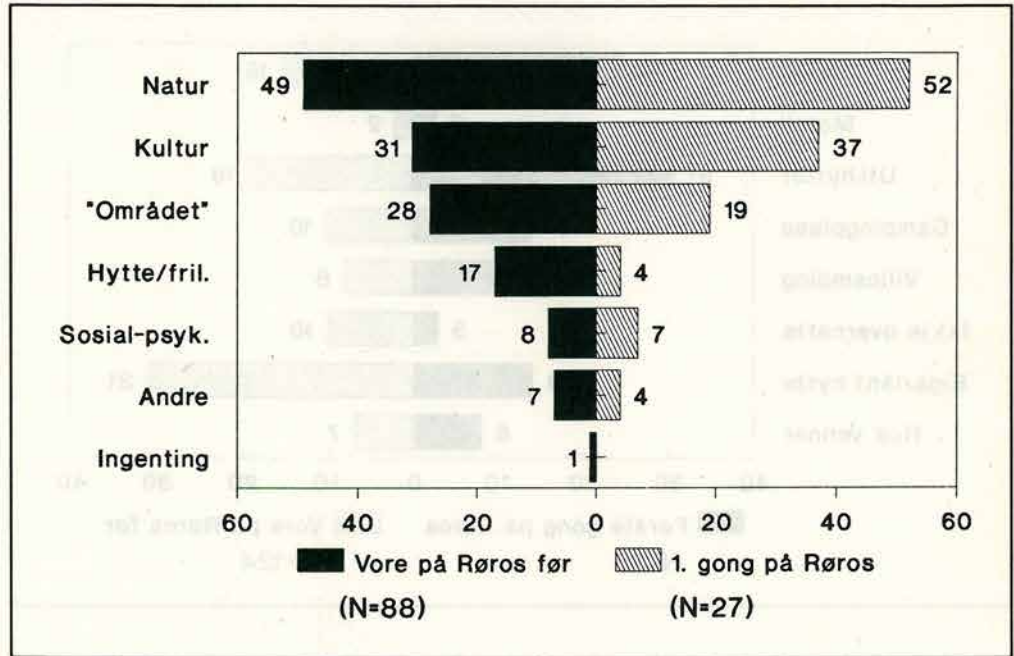
1) Dei statistiske testane er: X<sup>2</sup>=kji-kvadrat test, M-W=Mann-Whitney U-test og t-test=Students t-test

2) \*\* p<0,01



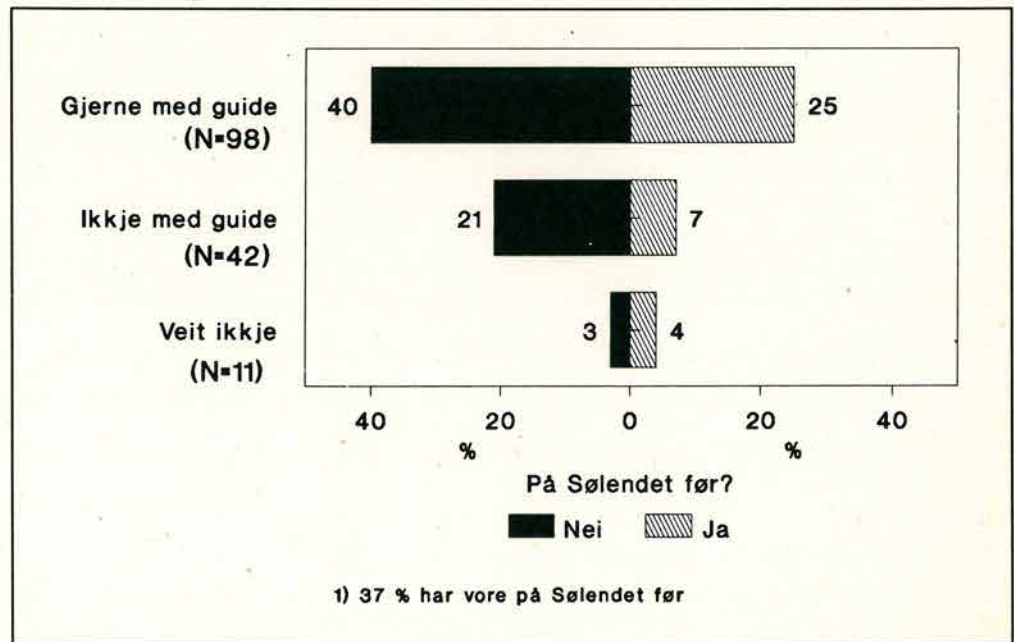
**Figur 8.1**

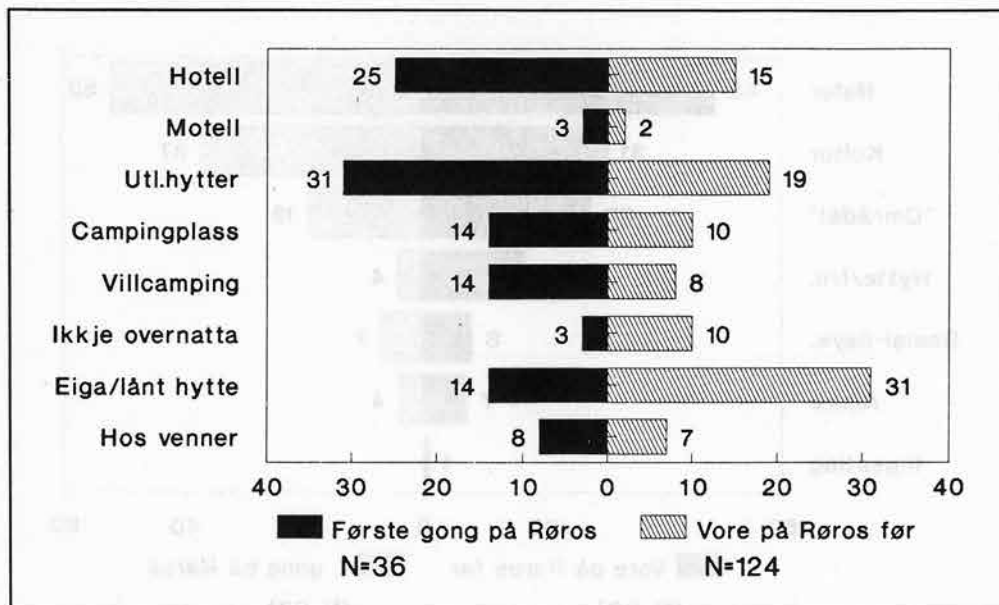
Kva gjer Røros-området attraktivt blant dei tilreisande som gjekk ein eigen tur på Sølendet? - What makes the Røros area attractive to the visiting guests that took a self-organized trip at Sølendet?



**Figur 8.2**

Dei som gjekk ein eigen tur på Sølendet: Korleis var sambandet mellom om ein hadde vore på Sølendet før, og om ein kunne tenkt seg å gå turen med guide. - Those who took a self-organized trip at Sølendet - was there any connection between whether they had visited Sølendet before and their eventually interest in taking the trip with a guide?





**Figur 8.3**

Korleis dei tilreisande som gjekk eigen tur på Sølendet overnattar i Røros-regionen. - Where do those visitors who took a self-organized trip at Sølendet stay overnight in the Røros area.



## 9 Resultat III: Byvandrarane i Bergstaden – skil dei seg frå dei som vart guida på Sølendet?

Desse to gruppene er samanlikna i **tabell 9.1**; kolonnen med signifikansnivå syner ein langt klarare skilnad mellom deltakarane på desse to guida turane, enn mellom dei to brukargruppene på Sølendet.

Det er i alt 14 tema som syner signifikant skilnad. I grov trekk gjeld desse skilnadene:

- sjøve opphaldet i Røros-regionen,
- tidlegare kjennskap til Røros,
- friluftslivserfaring,
- miljøverninteresse.

Det er verdt å merke seg at sosio-demografiske kjenneteikn ikkje skil særleg mellom dei to gruppene, med unntak av kvar turistane kjem ifrå og utdanningsnivået.

### 9.1 Tidlegare kjennskap til Røros

Berre 34 % av deltakarane på byvandringa hadde vore på Røros før, mot 75 % av gjestene på Sølendet. Skilnaden er tilsvarande stor når det gjeld kor mange gonger dei hadde vore på Røros; den tilreisande Sølendet-turisten hadde i gjennomsnitt 15 tidlegare besøk, medan Bergstad-turisten hadde 2.

### 9.2 Kva er det som gjer Røros attraktivt?

Dette resultatet er radikalt avvikande frå båe gruppene på Sølendet. Kultur-attraksjonar var fullstendig dominerande, nemnt blant 86 % av respondentane på Byvandringa. Innafor kultur-kategorien var "Kulturhistorie / historie" (sjå den 20-delte inndelinga i **tabell 6.1**) nemnt oftast (46 %), med "Bergstaden" som nummer to (37 %). Alle 5 kultur-tema var nemnt før "Kommunikasjon - informasjon" (13 %) og så "Naturlandskap - ..." (10 %). **Figur 9.1** syner fordelinga på dei sju aggregerte kategoriene og eventuelle skilnader mellom førstegongsgjester og dei som hadde vore på Røros før.

### 9.3 Opphaldet i Røros-regionen

Deltakarane på byvandringa:

- var i gjennomsnitt vel 2 døgn i Røros-regionen, og heile turen deira varte 11 døgn.
- var fullt og heilt på ein ferie-/fritidstur.
- var i langt større grad gjennomfartsturistar. 26 % var på veg til / frå anna reisemål og 42 % var på rundreise. 24 % hadde Røros-regionen som reisemål (**figur 7.3**).
- kom særleg som familiegrupper, både med og utan barn. Dei organiserte fellesturane manglar nesten heilt i dette materialet, men det gjev nok eit usant bilete av tilstanden.
- overnatta i større grad på hotell og motell (**figur 9.5**). Dei byvandrarane som hadde vore på Røros før, overnatta meir på campingplass og i mindre grad i eiga / lånt hytte eller hos venner, samanlikna med dei som var på Sølendet og som også tidlegare hadde vore på Røros.

### 9.4 Personlege karakteristika

Utdanningsnivået syner signifikant skilnad frå Sølendet-turistane. Bergstad-turisten hadde i snitt eitt år mindre utdanning (14 år).

Heimstaden til turistane (**figurane 9.2 og 9.3**) skilde gruppene klart. Det gjeld både på nasjonsnivå og blant dei norske (på landsdelsnivå)<sup>22</sup>. Overvekta av nordmenn var langt større på byvandringa enn på Sølendet, medan det var relativt fleire svenskar og danskar på Sølendet. På byvandringa mangla dessutan både dei innfødde og stort sett trønderar elles (aust- og vestlendingar dominerte stort - i alt 92 % av dei norske). På Sølendet var bortimot halvparten (46 %) av nordmennene frå Røros-regionen og Trøndelag.

### 9.5 Friluftslivserfaring

Blant dei byvandrarane som hadde gått tur i naturen siste året så hadde største gruppa (36 %) gått ein tur på over 20 km (**figur 9.6**). Slik sett var det relativt samsvar med gruppa på Sølendet. Den største skilnaden ligg i at 19 % av byvandrarane ikkje hadde vore på nokon slik tur siste året.

Nær halvparten av byvandrarane hadde aldri vore på fleirdagars fot- eller skitur i skog/mark/fjell (**figur 9.7**). Resten av gruppa

<sup>22</sup> Her er Røros, Os og Holtålen (dvs. "dei innfødde") skilt ut som ein eigen kategori.

fordelte seg nokså jamt på dei fem kategoriane; den største gruppa (15 %) var dei som hadde vore på slike turar 2-5 gonger.

## 9.6 Miljøverninteresse

Det var 17 % som hadde innslag av biologi, naturvern eller kulturvern i arbeid eller utdanning, og om lag 1/3 (32 %) var med lem i organisasjonar som arbeider med naturvern, friluftsliv eller kulturvern - sjå figurane 7.8 og 7.9.

## 9.7 Kvar har deltakarane fått informasjon om turen?

Deltakarane på byvandringa skil seg markant frå dei guida gjestene på Sølendet ved at 62 % seier dei fekk informasjon gjennom Røros-guiden. Om lag 1/4 fekk informasjon på turistkontoret og berre 1/20 gjennom plakat/oppslag (Figur 9.4).

**Tabell 9.1** Signifikante skilnader mellom deltakarane på dei guida turane på Sølendet og deltakarane på dei guida byvandringane i Bergstaden. - Significant differences between the participants on the guided trips at Sølendet and the participants on the guided trips in the old mining town.

Variabeltema	Test-verdi	Signifikansnivå	N		Statistisk test <sup>1)</sup>
			Sølendet	Bergstaden	
Kjønn	1,20	0,27	126	334	X <sup>2</sup>
Alder	0,56	0,57	126	335	t-test
Leveveg m.m.	8,62	0,13	125	333	X <sup>2</sup>
Personleg inntekt	-0,94	0,35	90	233	t-test
Hushaldsinntekt	-0,78	0,43	44	98	t-test
Utdanning	2,29	* <sup>2)</sup>	107	289	t-test
Heimstad (land)	49,13	**	126	335	X <sup>2</sup>
Heimstad (landsdel)	127,6	**	84	291	X <sup>2</sup>
Dagar på Røros	6,49	**	96	324	t-test
Dagar heile turen	2,38	*	94	288	t-test
Reisetypa	59,19	**	99	330	X <sup>2</sup>
Reiseruta	36,59	**	105	328	X <sup>2</sup>
Reisefølgje	111,45	**	106	331	X <sup>2</sup>
På Røros før?	58,89	**	121	334	X <sup>2</sup>
Gonger på Røros	3,84	**	51	107	t-test
Lang tur til fots	-3,32	**	117	302	M-W
Flerdagars tur	-4,43	**	122	326	M-W
Miljø i arbeid/utd.	17,06	**	123	328	X <sup>2</sup>
Medlem i miljøorg.	18,52	**	120	327	X <sup>2</sup>

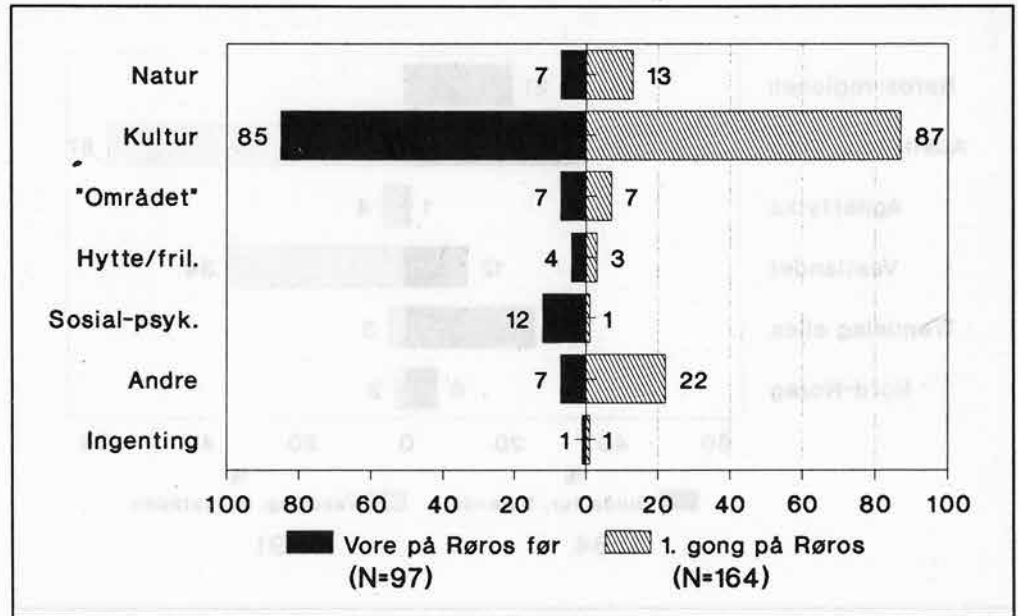
<sup>1)</sup> Dei statistiske testane er: X<sup>2</sup>=kji-kvadrat test, M-W=Mann-Whitney U-test og t-test=Students t-test

<sup>2)</sup> \* p<0,05 \*\* p<0,01



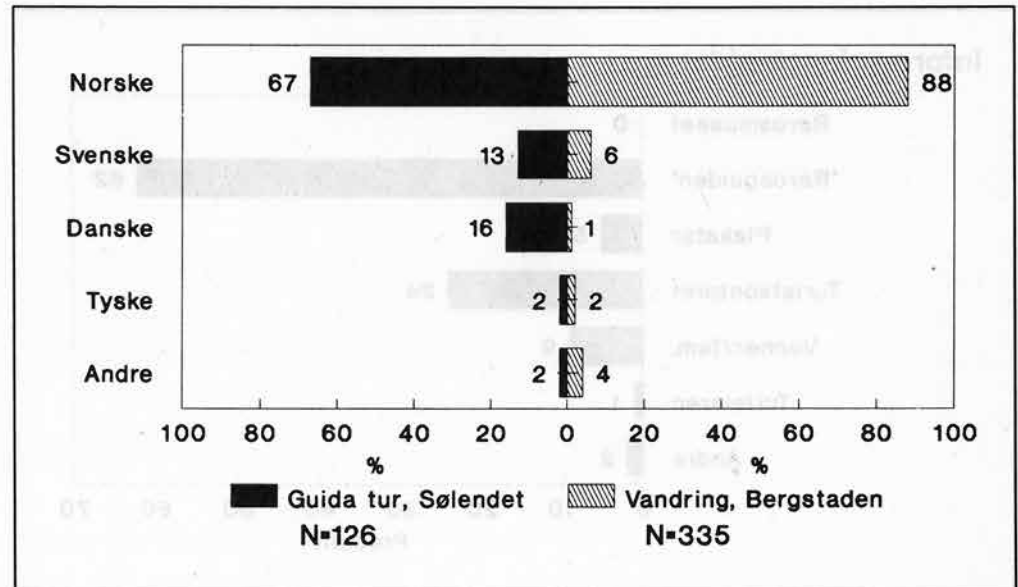
**Figur 9.1**

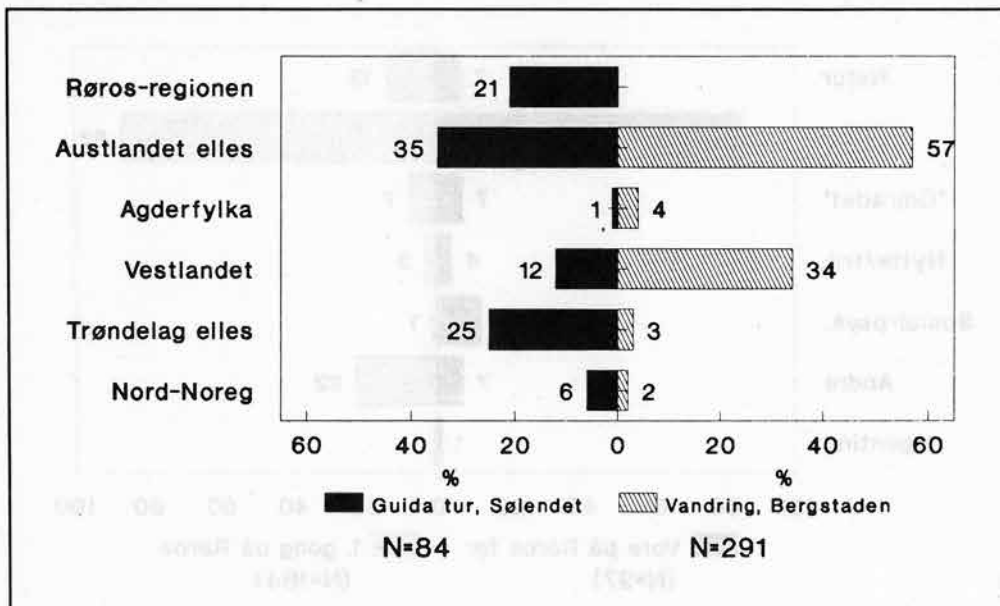
Kva gjer Røros-området attraktivt for dei som følgde vandringa i Bergstaden? - What makes the Røros area attractiv to the participants on the guided trip in the old mining town.



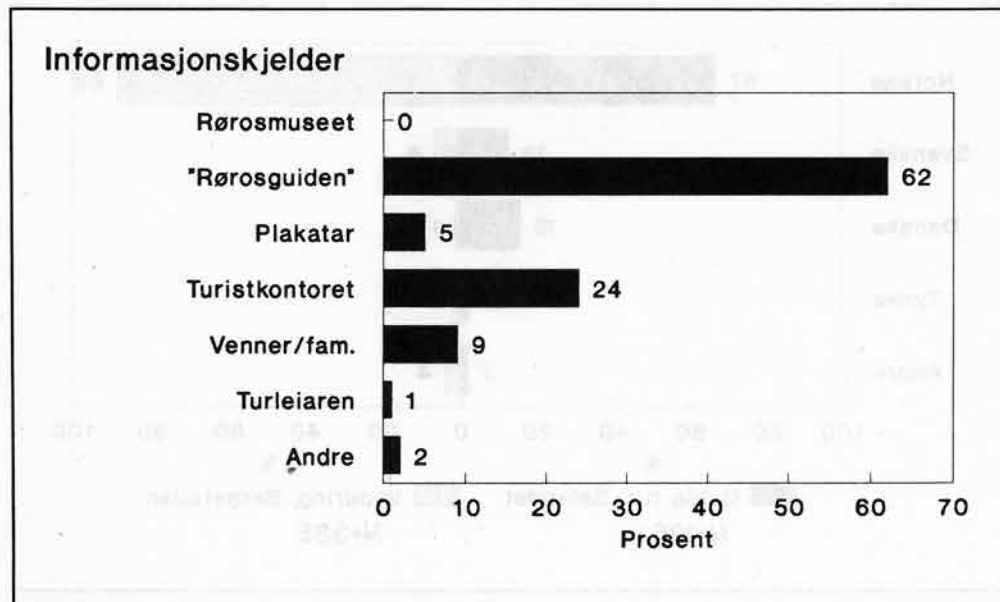
**Figur 9.2**

Nasjonsfordelinga blant deltakara- ne på den guida turen på Sølendet og byvandringa i Bergstaden. - From which countries do the participants on each of the two guided trips come from?





**Figur 9.3**  
 Fordelinga av nordmenn på landsdelar blant deltakarane på den guida turen på Sølandet og byvandringa i Bergstaden. - From which region do the Norwegian participants on each of the two guided trips come?

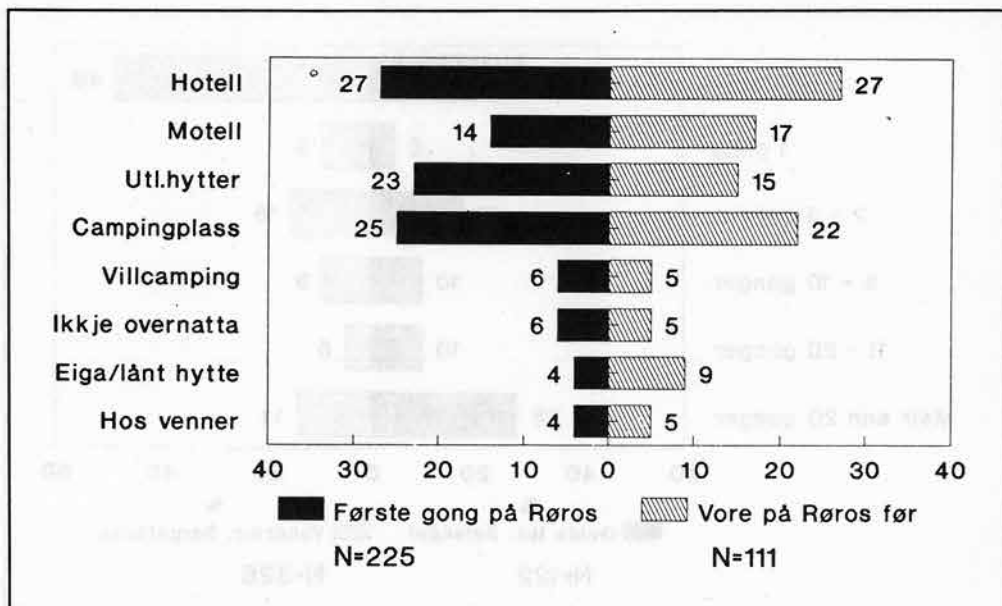


**Figur 9.4**  
 Kvar fekk deltakarane på byvandringa i Bergstaden informasjon om turen? - Where did the participants on the guided trip in the old mining town, get information about the trip?



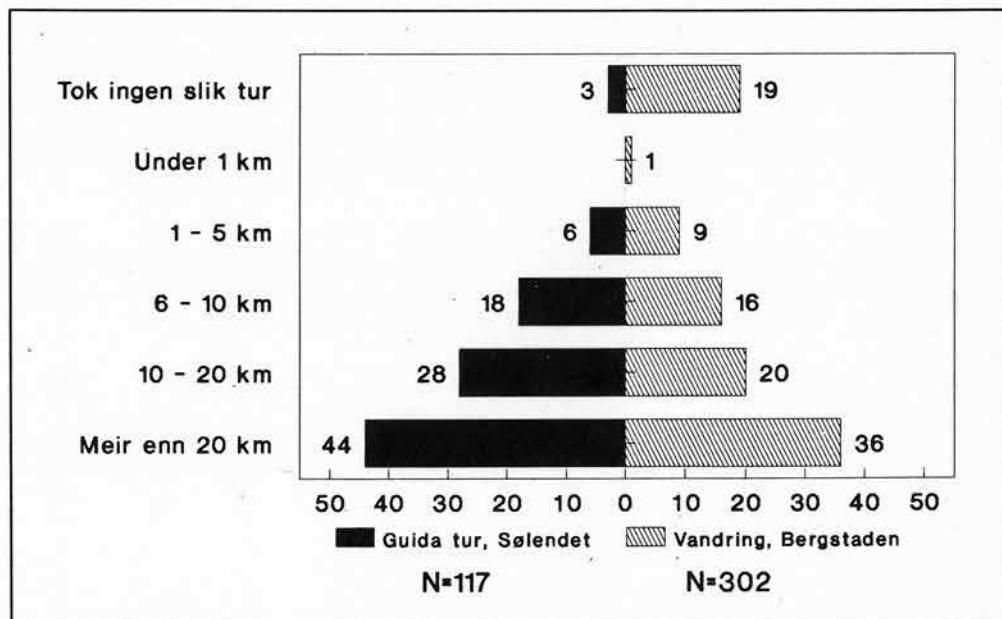
**Figur 9.5**

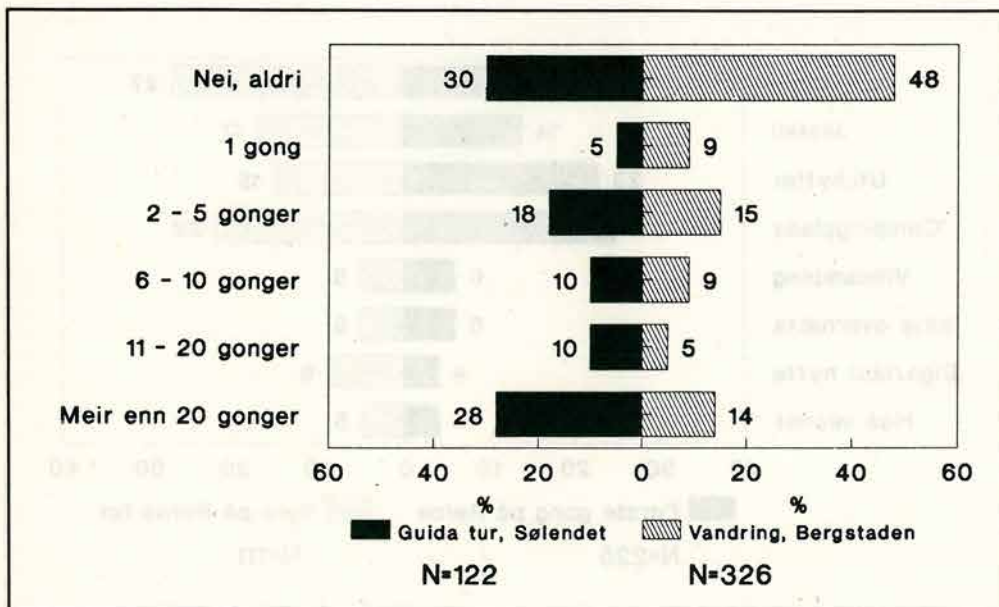
Korleis dei tilreisande deltakarane på byvandringa i Bergstaden overnattar i Røros-regionen. - Where do the visiting participants on the guided trips in Bergstaden stay overnight in the Røros-area.



**Figur 9.6**

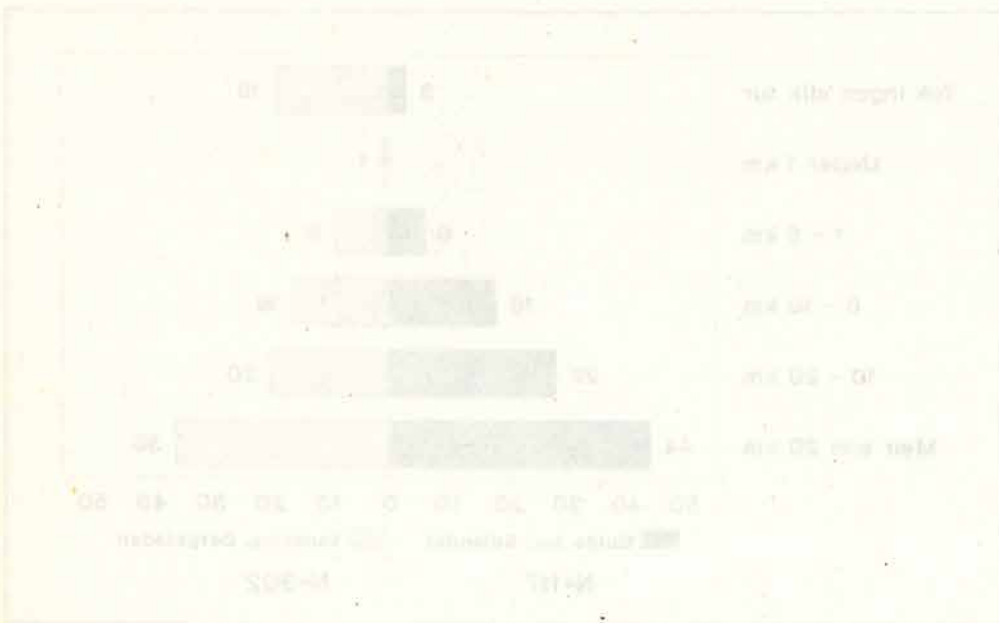
Deltakarane på byvandringa - kor lang var den lengste turen deira til fots i naturen i løpet av siste året, samanlikna med deltakarane på den guida turen på Sølendet? - The participants on the guided trips in Bergstaden - how long was their longest hike in the outdoors during the last year?





**Figur 9.7**

*Deltakarane på byvandringa og deltakarane på den guida turen på Sølendet – har dei nokon gong vore på fleirdagars ski- eller fottur i skog / mark / fjell? - The participants on the guided trips in Bergstaden – have they ever been on an overnight hike or skiing trip in the forests or in the wildlands?*



## 10 Diskusjon

Kvart hovudavsnitt i dette kapitlet byrjar med konklusjonane.

### 10.1 Kva er attraktivt i Røros-området?

• Turistane på Røros rekna kulturkvalitetane som dei mest attraktive. Det galdt til overmål blant deltakarane på byvandringa - men også i stor grad blant dei som besøkte Sølendet.

Av dei tre studiegruppene var det berre dei sjølv-organiserte gjestene på Sølendet som i større grad nemnde naturkvalitetar enn kulturkvalitetar.

Når naturkvalitetar vart nemnt av svært få på byvandringa, så er nok det uttrykk for at desse faktisk vurderte Røros-området annleis enn gjestene på Sølendet.<sup>23</sup> I Reiselivsundersøkinga i Røros som Oppland Distrikthøgskole gjorde sommaren 1991 (Flognfeldt jr. 1992) blir også dette stadfesta: Røros-turistar flest plasserte 'naturoppleving' godt bak kultur-tema som bygningsmiljø, kultur og museum, som var dei tre viktigaste attraksjonane. Naturoppleving vart rekna som ein viktig / svært viktig grunn for å reise til Røros, av knapt 1/3 av dei intervjua, og 'byggningsmiljø' av godt over halvparten.<sup>24</sup>

Tjåde (1990) har sett på kva som trekkjer overnattingsturistar til nettopp Røros. Han fann om lag lik vektlegging av naturlandskapet og kulturminne/museum; om lag 20 % hadde nemnt kvar av desse. Berre det meir upresise "området/stedet som helhet (miljø, atmosfære mv)" skåra høgare (rundt 30 %), og det er ikkje usannsynleg at denne formuleringa er tolka av respondentane som "Bergstaden som helhet ...".

Mykland (1989) spurte i ei undersøking i Lom om kor viktig kvart av ni oppramsa tema var for å leggje turen om Lom. Svara vart faktoranalyserte og dei som skåra høgt på kulturmotiv tykte også det var viktig å sjå og oppleve naturen. Men dette var ei anna gruppe enn dei som var aktive brukarar av naturen i Lom. Her kan det liggje ein parallell til Røros: Deltakarane på Byvandringa (som altså skårar særleg høgt på kulturmotiv) var signifikant mindre aktive friluftsmenneske enn gjestene på Sølendet. Skilnaden mellom Lom og Røros ligg i at dei kultur-poengterte på Røros (altså majoriteten), ikkje i det heile nemnde natur-landskapet som attraktivt.

<sup>23</sup> Jfr. reliabilitets-diskusjonen i kapittel 6.3.

<sup>24</sup> Resultata frå ODH si undersøking er henta frå ein førebels arbeidsrapport. Undersøkinga omfattar 1238 intervju i juli månad. Intervjua vart hovudsakleg gjort i Bergstaden og ved Olavsgruva. Knapt 80 av desse hadde (ved intervjudispunktet) delteke på Byvandringa i Bergstaden, og 17 personar hadde vore på Sølendet.

Det er ikkje vanskeleg å skildre eller forklare naturgjevne skilnader mellom Lom og Røros, men spørsmålet blir om det berre er dei to destinasjonane som er ulike eller om det også er andre typar turistar med andre opplevingsmotiv som kjem til Røros, enn som kjem til t.d. Lom.

Desse resultatane frå Røros avvik frå mange intervju-undersøkingar der turistar flest nemner naturoppleving som eit særleg viktig motiv (sjå kap. 10.2 og 10.4). Er Røros-turisten avvikande frå turistar flest, eller tilfredsstillende han sine eventuelle naturopplevings-lyster andre stader i løpet av ferien? **I allfall står kulturattraksjonane grunnsolid forankra i brukarane sitt indre bilete (image) av Røros som reisemål.** Dette byggjer godt opp om den nasjonale reiselivsstrategien, der Røros er utpeika som særskilt satsingsområde for kultur-turisme (Næringsdepartementet 1991).

### 10.2 Naturoppleving eller kulturoppleving – kven vel kva?

• Gjestene på Sølendet skilde seg på svært mange punkt frå deltakarane på Byvandringa. Skiljekriteria gjekk på tidlegare kjennskap til Røros, sjøve opphaldet (åtferd) i Røros-regionen, friluftslivserfaring, miljøverninteresse og heimstad. Sosio-økonomiske karakteristika var lite egna til å skilje gruppene.

• Deltakarane på Byvandringa såg ut til å representere gjennomsnittsturisten på Røros.

• Sølendet-turistane likna mykje på dei som valde seg naturopplevingar på Røros.

Byvandrane skilde seg signifikant frå dei som vart guida på Sølendet, på følgjande punkt:

- 1) Kva slag reise dei var på, og rolla til Røros i den samanheng: Rein ferietur, færre reisedagar i alt, fleire gjennomfartsturistar, oftare familiegrupper utan barn og Røros var sjeldnare hovudmålet med turen.
- 2) Sjøve Røros-opphaldet: Kortare opphaldstid på Røros og oftare overnatting på hotell, motell og campingplass.
- 3) Kva som vart rekna som attraktivt ved Røros: Total dominans av kulturkvalitetar.
- 4) Tidlegare kjennskap / turar til Røros: Berre 1/3 hadde vore på Røros før, mot 3/4 av dei intervjua på Sølendet.
- 5) Friluftslivserfaring: Fleire utan slik erfaring.
- 6) Miljøverninteresse: Færre som hadde miljøinnslag i arbeid eller utdanning, og færre som var medlemmer i miljøorganisasjonar.
- 7) Personlege karakteristika som heimstad og utdanningsnivå:



Fleire nordmenn, men få eller ingen frå regionen og Trøndelag. Også noko kortare (men likevel lang) utdanning.

I Reiselivsundersøkinga frå Røros trekkjer Flognfeldt jr. (1992) nokre konklusjonar som stadfester fleire av desse skilnadene: *"Naturaktiviteter benyttes oftere av de som har vært mange ganger på Røros før. Dessuten er det langt hyppigere bruk av de som bor i egne fritidshus ..."* (s. 114). Og dei som budde hjå slekt og venner var den nest største gruppa som nytta naturaktivitetar. Desse opphalds- og overnattingsformene samsvarar altså med mønsteret blant Sølendet-turistane.

Det generelle biletet av Rørosturismen (Flognfeldt jr. 1992) syner fleire parallellar til deltakarane på byvandringa; det gjeld t.d. opphaldstida på Røros (vel to døgn), det relativt høge utdanningsnivået<sup>25</sup>, reisefølget og stort innslag av hotell-, motell- og campingplass-overnattingar<sup>26</sup>. *"Kulturaktiviteter benyttes av nesten alle gjestekategorier og det betyr lite hva slags overnatting disse tar inn på eller hvor ofte de har vært på Røros før"* (s. 114). Det er difor nærliggjande å konkludere med at **deltakarane på Byvandringa er eit slag gjennomsnitt av Røros-turistane.**

Er det så berre eit spørsmål om organisering og informasjon / marknadsføring før dei naturbaserte attraksjonane på Røros blir like vellukka turistprodukt som dei kulturbaserte? Truleg ikkje. Det førre diskusjonspunktet om kva som er vurdert som attraktivt på Røros, gav eit klart signal. Den lange rekkja med signifikante skilnader mellom deltakarane på Byvandringa og dei guida turistane på Sølendet forsterkar det same inntrykket. Reiselivsundersøkinga til ODH (Flognfeldt jr. 1992) gjev dessutan fleire haldepunkt for at byvandrarane ligg svært nær gjennomsnittsturisten på Røros, og at Sølendet-turisten liknar tilsvarende mykje på dei turistane som oppsøker naturområda på Røros<sup>27</sup>.

Alt i alt teiknar det seg eit mønster, som syner at **naturbaserte aktivitetar på Røros appellerer til folk med spesielle interesser, t.d. for natur og miljøvern og / eller med spesiell**

<sup>25</sup> Tal år med utdanning var altså endå høgare blant gjestene på Sølendet, men nivået var generelt høgt på Røros.

<sup>26</sup> I metodekapitlet nemnde eg at utvalet frå Byvandringa i Bergstaden er lågt, med fare for dårleg representativitet. Fleire av konklusjonane frå ODH-undersøkinga stadfester biletet av byvandringsturisten. Det skulle tyde på at utvalet av byvandrarar både er nokså reliabelt og representativt.

<sup>27</sup> Det er lite sannsynleg at Reiselivsundersøkinga til ODH har eit representativt utval av dei turistane som nytta naturområda i Røros-regionen. Det er fordi intervjustadene i undersøkinga, Bergstaden og Olavsgruva, ikkje er logiske "møtepunkt" om ein vil nå spekteret av naturturistar.

**friluftslivserfaring.** Denne tendensen vert ytterlegare forsterka av at 75 % av dei intervjua i reiselivsundersøkinga, ikkje hadde forsøkt å skaffe seg informasjon om naturområde etter at dei kom til Røros; *"naturbesøk (var) ikke det de var kommet for å oppleve"* (Flognfeldt jr. 1992:116).

Det er sjølvsagt også grunn til å diskutere det faktum at natur-turistane (inkludert gjestene på Sølendet) langt på veg har tidlegare kjennskap til Røros, og i stor monn bur hos venner eller familie, eller har eiga hytte her. Korleis fell dette inn i høve til dei påviste karakteristika ovanfor? Her ligg det truleg ein utviklingsakse når det gjeld innhaldet (opplevingane) i fritida / ferien, trass i at Røros stadig blir gjentatt som reisemål: Røros-opplevingane startar, for turistar flest, med det mest kjende, nemleg Bergstaden og gruvemiljøet - seinare besøk vil så rette seg mot nye og kanskje "særare" opplevingar. Dette får ein stønad for når ein ser på **figur 7.1**, altså skilnadene mellom førstegongsgjester og erfarne Røros-gjester når det gjeld kva dei reknar som attraktivt i Røros-området; førstegongsgjestene førte i større grad opp kulturtema enn dei erfarne. Ein kan forankre ei slikt resonnementet i såkalla spesialiseringsteori (Bryan 1977), men i så fall ikkje ei spesialisering på aktivitet, slik som Bryan syner<sup>28</sup>, men ei spesialisering på område eller destinasjon. Dette prosjektet i seg sjølv, gjev ikkje godt nok grunnlag til å konstatere at resonnementet held.

## 10.3 Ulike måtar å oppleve Sølendet på og ulike funksjonar ved guida turar.

- Om lag ein tredel av deltakarane på dei guida turane på Sølendet kunne ikkje ha tenkt seg denne turen utan guide. Alle desse var førstegongsgjester på Sølendet; guidinga var truleg ein viktig tryggleiksgaranti.

- Ein av dei truleg viktigaste eigenskapane som skilde dei to gruppene på Sølendet, var at fleire av dei sjølv-organiserte hadde vore på Sølendet før.

- Også alle som gjekk ein eigen tur på Sølendet følgde den korte eller den lange naturstien (heilt eller delvis). Slik sett var også desse gjester i ein organisert setting.

I grove ordelag kan den guida (gjennomsnitts-)gjesten på Sølendet karakteriserast slik:

<sup>28</sup> Bryans arbeid grupperer fiskarar i fire kategoriar: 1. Sporadiske fiskarar, 2. Generalistar, 3. Teknisk spesialiserte og 4. Teknisk-setting spesialiserte.

Ho har vore på Røros før og er her denne gongen bortimot ei veke. Ho har Røros-regionen som viktigaste reisemålet og overnattar på hytta si eller hos venner; eventuelt på campingplass / i utleiehytte dersom ho ikkje har vore på Røros før. Ho er norsk, mest sannsynleg frå eit av "moderfylka" til Røros-regionen: Sør-Trøndelag eller Hedmark. Ho nærmar seg 45 år, er høgskuleutdanna, yrkesaktiv på heiltid, medlem i ein miljøvernorganisasjon, og driv med friluftsliv. Ho har gjerne med seg barna sine på Sølendet.

Ei førebels samanfating av Naturveiledningsprosjektet på Røros<sup>29</sup> (Evenås 1991) syner eit par klare skilnader i høve til på Sølendet: Heile 60 % av turdeltakarane var frå sjølve Røros-regionen, og det var ei overvekt av menn. Når det så gjeld dei 40 % tilreisande var der ein klar parallell: nær på 2/3 av desse hadde ei tilknytning til området i form av hytte og / eller slekt.

Ein av dei viktigaste skilnadene mellom dei som gjekk med guide på Sølendet og dei som gjekk på eiga hand, var at (relativt sett) dobbelt så mange av dei som gjekk på eiga hand hadde vore på Sølendet før. Det var ikkje nokon skilnad på **kor mange gonger** desse hadde vore på Sølendet før. Dette tyder på at **den første "bli-kjent-effekten" er viktigare for å gå ein tur på eiga hand, enn mengda erfaring frå Sølendet.**

Dette poenget blir også forsterka ved følgjande resultat: Av dei som var med på den guida turen på Sølendet og som **ikkje** kunne tenkje seg å gå utan guide (eller var i tvil om dei kunne tenkje seg det), var **alle** (46 av 47) førstegongsgjester på Sølendet. Og på den andre sida: Alle (18 av 19) av dei som hadde vore der før, sa dei godt kunne tenkje seg ein tur utan guide.

Det var derimot ingen klare tendensar då eg spurde dei som gjekk på eiga hand: "Kunne du ha tenkt deg å gå denne turen med guide?" Av dei som svara "ja" var det relativt like mange med som utan tidlegare erfaring frå Sølendet.

Konklusjonen tykkjest klar: **For ein viss kategori turfolk / turistar er tilbodet om å bli guida ein føresetnad for å oppsøkje eit ukjent område.** På Sølendet var denne gruppa om lag 30 % av alle deltakarane. For desse er sannsynlegvis **kjentmannsrolla** til guiden avgjerande (jfr. dei ulike rollene guiden kan ha, nemnt i kap. 3.4).

<sup>29</sup> Bakgrunnen for desse resultatane: Ni ulike turar med i alt 262 deltakarar, der av 162 utfylte skjema.

Dei som her er kalla sjølv- eller uorganiserte, viste seg også å følgje ein av dei to merkte og delvis stokklagde stiane gjennom Sølendet. Slik sett oppsøkte også dei som gjekk på eiga hand eit tilrettelagt naturprodukt eller eit 'organisert' system. Det er vanskeleg å seie om ein ville ha funne meir fundamentale skilnader mellom dei to gruppene, dersom ikkje natur- og kulturstien hadde vore der som ein "skilnadsdempar" mellom dei to måtane å oppleve området på. Dersom konklusjonane i kap. 10.2 held mål, altså at det på Røros er eit viktigare skilje mellom kultur- og naturoppleving enn mellom ulike typar naturoppleving, så bør ikkje sjølve stien spele avgjerande rolle.

I Ferieundersøkinga (Haukeland et al. 1991) stilte ein spørsmål om kor vidt folk ønskte reiseleiar når dei kom til nye stader. Dei fann at dei aller fleste vil "*klare seg på egen hånd, selv om en stor gruppe (38 %) alltid eller som oftest foretrekker å ha reiseleder*" (s. 23). Det er noko uklart kva som her er meint med 'reiseleiar' eller 'guide'. Kva slag behov eller motiv hos turistane var det eigentleg ein ville kartlegge? Sannsynlegvis ville ein teste kor viktig det er å ha "trygge" rammer rundt ferieavviklinga; rapporten seier ikkje dette eksplisitt, men fleire formuleringar kan tolkast i den retning ("*individuell selvstendighet ... bli tatt hånd om ... søker det tilvante og trygge ...*" (s. 23)). Resultata synte at "*det er særlig eldre mennesker som har ønsker om å bli tatt hånd om av en guide når de kommer til et ukjent sted, mens ... aldersgruppen 25 - 44 år er minst interessert i å gjøre bruk av en reiseleder. Kvinner har i betydelig større grad enn menn ønske om reiseleder - denne forskjellen går igjen i alle aldersgrupper*" (s. 23).

Når det gjeld nettopp kjønnsfordelinga ser vi det same mønsteret på Sølendet: dei guida turane hadde overvekt av kvinner (62 %), medan dei sjølv-organiserte turane hadde lik kjønnsfordeling<sup>30</sup>. Men erfaringane frå Naturveiledningsprosjektet (Evenås 1991) var at det var flest mannlige deltakarar. Når det derimot gjeld alder så er det dårleg samsvar mellom tala frå Sølendet og tala frå Ferieundersøkinga: Dei sjølv-organiserte gjestene hadde ein signifikant høgare alder (snitt på 50 år), samanlikna med dei som vart guida (snitt på 43 år).

Her er eit døme på faren ved å samanlikne resultat frå ei nasjonal-hypotetisk undersøking ("hva er viktig når sommerferien skal bestemmes") med uklar definering av guide-rolle, med eit konkret og lokalt turarrangement der funksjonen til guiden / den guida turen iallfall er meir klarlagt. Diskusjonen ovanfor syner at tryggleiksrolla (sikker løsing) også var utslagsgjevande

<sup>30</sup> Det var ingen signifikant skilnad i kjønnsfordeling på 5 % nivå, mellom dei guida og dei sjølv-organiserte brukarane på Sølendet.



på Sølendet. Men der er også andre vesentlege funksjonar ved denne guida turen, t.d. søking etter kunnskap eller identitetsforsterking, og slike motiv har truleg mindre med t.d. alder og kjønnsfordeling å gjere.

Eit liknande problem får ein når ein samanliknar med Briksdalsundersøkinga (Aas & Vorkinn 1991). Der var også problemstillinga hypotetisk: Korleis stilte dei besøkande seg til fire ulike, potensielle tilretteleggingstiltak for å betre / lette opplevinga av breen. Men her var **vurderingsgrunnlaget** for den guida turen uttrykt eksplisitt, nemleg guida tur som eit alternativ til **fysisk** tilrettelegging (gondolbane, betra sti eller bilveg). "Guida fottur opp på breen" fekk størst oppslutning. Dei som var (relativt) mest positive til denne guida turen var aldersgruppa 26 - 35 år, dei med mest tur- og breerfaring, dei som hadde gått lengst innover i Briksdalen, meir dei som var på privat tur enn dei som reiste organisert (og mest dei tysktalende turistane). Altså stort sett avvikande frå dei som "skal vere" positive til guida tur i høve Haukeland et al. (1991), men ikkje særleg overraskande på bakgrunn av erfaringane frå Sølendet.

## 10.4 Guida turar i naturmiljø som reiselivsprodukt

• Når ein skal vurdere potensialet for eit naturbasert reiseliv, er det viktig å skilje mellom 'ønskje om passiv naturoppleving' i form av t.d. utsikt frå bilen eller hotellet, og 'ønskje om aktiv naturoppleving' i form av t.d. fotturar i naturen.

Deltakarane på byvandringa, og også Røros-turistane generelt (Flognfeldt jr. 1992), hadde i liten grad naturoppleving som formål for Røros-opphaldet sitt. Dette skil dei frå det generelle biletet av kva turistane søkjer i Noreg. T.d. seier Jervan (1990) at fundamentet for å pakke nye norske reiselivsprodukt er innslag av **norsk kyst** ("det uten tvil viktigste element i fremtidige norske reiselivsprodukter" (s. 17)) og innslag av **naturoppleving**. Mange andre undersøkingar stadfester dette generelle med at naturopplevinga er viktig (Haukeland et al. 1991, Aderhold 1991, MMI 1988, Mykland 1989, Vistad & Vorkinn in prep.). Og ein kan også få stadfesta eit slikt syn utanfor reiselivsfeltet: "Våre forestillinger om naturen er ikke naturlige, men tvert imot kulturelle ... Norske menn og kvinner synes å se naturen som meningsfull og verdifull..." (Gullestad 1990:90).

Men det kan likevel vere grunn til å leggje inn eit krabbegir i den reiselivsoptimismen som er basert på **aktiv** naturoppleving.

Som nemnt i kap. 10.2 var brukarane av Sølendet meir friluftsktve enn byvandrarane. Mykland (1989) dokumenterer, i ei undersø-

king i Lom, at å sjå og oppleve naturen var svært viktig for Lom-besøket for nær sagt alle, medan aktiv naturbruk var ei grunn-gjeving langt færre nytta og det var også langt færre som var aktive naturbrukarar.

I ei undersøking i Porsanger i Finnmark har vi påvist (Vistad & Vorkinn i manus) at å oppleve nord-norsk natur og å oppleve villmark vart rekna som svært viktig både blant brukarane av Stabbursdalen Nasjonalpark og av bilturistane som køyrde forbi Stabbursdalen på E 6. Det som derimot skilde gruppene markant var verdien av å få gå turar i naturen eller å fiske, i løpet av Finnmarksopphaldet; dette var langt mindre viktig for majoriteten av bilturistar.

I Briksdalen (Aas & Vorkinn 1991) vart turistane spurde om haldningar til 4 ulike og hypotetiske tilretteleggingstiltak for å gjere det lettare å kome inn til / oppå breen. Her var det som sagt størst interesse for tiltaket "guida fottur oppå breen". Frå dette materialet har Vorkinn (pers. medd.) køyrt ein ny kryssanalyse som syner at dei som var mest positive til guida tur, også var dei med mest friluftslivserfaring (i form av lengste gjennomførte fottur siste året). I spørsmålsstillinga deira vart det også gjort merk-sam på at denne guida turen ville vere noko fysisk krevjande.

## 10.5 Guida turar i naturmiljø som tiltak i naturforvaltninga

• Natur- og kulturstien kanaliserer bruken av Sølendet.

• Gjestene på Sølendet er i hovudsak slike som uansett ville ha oppsøkt naturområde.

• I den grad ein ønskjer å nå fram til "nye" grupper, dvs. slike som ikkje i utgangspunktet har eit aktivt og interessert forhold til natur, så kan Røros-turistane vere ei interessant målgruppe. Og Sølendet er truleg eit godt "produkt å selje".

Naturstien og den guida turen på Sølendet har utgangspunkt i eit pedagogisk og forvaltningsmessig formål. Dette er også fundamentet for "Forsøksprosjekt Naturveiledning" til Direktoratet for Naturforvaltning (DN) og Direktoratet for Statens Skoger (DSS), der Røros er eitt av dei tre opprinnelege forsøksområda. I dette prosjektet heiter det m.a. at "*Målsettingen for naturveiledning er å øke miljøbevisstheten hos den enkelte og i samfunnet*" (Direktoratet for Naturforvaltning 1992:1). Ein må truleg tolke dette målet slik at det m.a. er ønskjeleg å nå fram til andre enn dei som alt er aktive, kunnige og interesserte naturbrukarar.



I høve til ei slik generell og ambisiøs målformulering er det vanskeleg å vurdere om turane på Sølendet har vore vellykka. No er ikkje målet her å evaluere den forvaltningsmessige effekten av naturstien og dei guida turane, men resultatata gjev likevel grunnlag for visse resonnement:

1) Nær på alle gjestene på Sølendet følgjer natur- og kulturstien. Slik sett er det kanalisierende formålet svært vellykka. Det vi ikkje veit, er om den opparbeidde stien faktisk er ein føresetnad for at gjestene kjem til Sølendet. Men vi veit at bruken av området var omfattande også før stien kom (Moen 1983).

2) Om lag ein tredel av deltakarane på dei guida turane kunne ikkje tenkt seg turen utan guide. Denne kategorien er truleg ei viktig målgruppe for Naturveilednings-prosjektet.

3) I hovudsak har ein nådd fram til slike som truleg ville søkt naturopplevingar på Røros i alle fall, og dei er både relativt interesserte og erfarne naturbrukarar.

4) Ein kan godt seie at Røros er "rette staden" å ha ambisjonar om å nå fram til nye grupper, då ein stor del av turistane på Røros ser ut til å vere lite erfarne naturbrukarar. Men det er også ein vanskeleg stad då dei (t.d. Bergstadsvandrarane) ikkje er orienterte mot naturområde og naturopplevingar i samband med Røros-besøket. Er Sølendet, som lettgått og parkaktig **kulturlandskap**, eit veileigna "lokkemiddel" for å nå slike nye grupper? Det som er nemnt i avsnitt 10.2, t.d. om spesialisering, tyder på at der i alle fall er ein slik utviklingsprosess blant dei turistane som kjenner Røros frå før. Det vi ikkje veit, er om også Røros-turistar flest er orienterte mot naturoppleving / aktivitetar i naturen **når dei er andre stader enn på Røros**.

## 10.6 Marknadsføringa av Sølendet og andre naturattraksjonar

• Det vart gjort eit forsøk med forsterka marknadsføring av turen på Sølendet, ved hjelp av plakatar. Dette gav ein viss effekt. Men det er truleg vanskeleg å nå fram til nye brukargrupper av typen "gjennomsnittsturisten" på Røros, berre ved hjelp av marknadsføring.

Då deltakinga på Sølendet var svært låg i starten og fleire turar måtte avlysast, vart det gjort eit forsøk med ytterlegare marknadsføring: I midten av juli vart det laga og hengt opp ein eigen plakat (**vedlegg 2**) i Røros-området som informerte om den guida turen på Sølendet.

**Etter den tid (14. juli) var "plakatar / oppslag" den informasjonsskjelda om turen, som flest deltakarar hadde ført opp.** Dette tyder på at det både er eit visst potensiale for desse turane og at ein rekrutterer deltakarar med slik lokal-regional marknadsføring.

Naturveiledningsprosjektet (Evenås 1991) la hovudvekta på ei anna marknadsføring av sine guida turar; det vart laga eit eige hefte med omfattande distribuering i regionen (på forsommeren), og dessutan informert i lokalavisa og med plakatar når kvar tur nærma seg. Her hadde plakatanne svært lite gjennomslag, samanlikna med den spesielle turbrosjyra og annonsar i lokalavisa.

Troye & Heide (1987) nemner **tre moglege effektar av marknadsføring**: Reiselivsproduktet kan "1) Bli tatt i betraktning 2) Bli valgt 3) Bli gjenvalgt". Det er truleg slik at spranget frå effekt 1 til effekt 2 er meir usannsynleg di seinare i ferie-avviklings-prosessen ein når effekt 1. Overført på ein gjennomsnittsturist på Røros, vil det seie: di seinare turisten blir merksam på den guida turen på Sølendet, di mindre sjanse er det for at vedkomande faktisk vel / har lyst til å bli med på turen.

Eit kanskje endå viktigare poeng er dette:

Det gjennomgåande "kultur-imaget" turistane har av Røros (sjå kap. 10.4), og det at turistane bevisst ikkje har søkt informasjon om naturattraksjonar (sjå kap. 10.3), gjer det også vanskeleg å få til "effekt nr 1" av marknadsføringa, det at Sølendet blir "tatt i betraktning".

## 10.7 Om prosjektet, Røros og validiteten

Dette prosjektet styrkjer biletet av Røros som eit svært kulturbasert reiselivsprodukt. Dette **kan** reisast som ei innvending mot at prosjektet i det heile vart lagt til Røros. I allfall kunne problemstillinga gjerne vore: **Om å søkje til ein naturbasert attraksjon i eit klassisk kulturisme-område!** Dei siste par åra har t.d. Byvandringa i Bergstaden hatt eit veldig oppsving i deltakartal; i 1990 var det tett innpå 9.000 deltakarar, ein auke på 35 % frå året før. Det utgangspunktet gjer det sjølv sagt meningslaust med ei direkte og kvantitativ samanlikning mellom den etablerte byvandringa og den nystarta guida turen på Sølendet. Dessutan ligg Bergstaden i det kommunikasjonsmessige sentrum, eller rettare: han er identisk med sentrum. Sølendet ligg 4 mil frå Bergstaden, og privat bil er så godt som einaste transportalternativet for dei tilreisande. Flogn-feldt jr. (1992:83) seier det meir generelt: "For den som ikkje kommer i opererte turer, er de fleste aktivitetene i (Røros-) guiden dårleg tilgjengelige". Men her er i så fall 'tilgjenge' ikkje berre eit spørsmål om fysisk transport; dei fleste kjem jo med eigen bil! Dette er nok like mykje eit spørsmål

om interesser, kunnskap og informasjon. Kor "mentalt tilgjengeleg" er t.d. Sølendet?

Dei resultatane som her er presenterte må ein forstå utifrå denne ramma av kulturisme og kommunikasjonsmessig tilstand. Det hadde vore spennande å lagt opp ein jamførande studie i t.d. Lom; eit område som gjev same høva til å studere naturattraksjon i høve til kulturattraksjon, men der tyngdepunktet både i folkeleg førestelling og i marknadsføring (Jotunheimen, Troll Park) truleg ligg meir på naturoppleving og natur-turisme.

I starten på dette prosjektet var det mykje diskusjon om kva for naturområde / natur-tur i Røros-området ein skulle studere. Eit av "problema" med Sølendet var det sterke kulturpreget. Korleis oppfatta publikum Sølendet? På bakgrunn av dei framlagde resultatane er det sterke indikasjonar på at Sølendet først og fremst blir oppsøkt og brukt som eit naturområde. Eller sagt på ein annan måte: Dei som oppsøker Sølendet har mange samanfallende trekk med dei som, i følgje Reiselivsundersøkinga (Flognfeldt jr. 1992), oppsøker naturområda i Røros-traktene. Slik sett har det gjeve god mening å samanlikne turen på Sølendet (naturattraksjon) med turen i Bergstaden (kulturattraksjon). Men dette er ikkje det same som å seie at kulturinnslaga på Sølendet er uvesentlege. Den "kulturlege naturen" på Sølendet er truleg ein fundamental føresetnad for at han vert vurdert som attraktiv. Dette vil vi få eit klarare bilete når dei meir opplevings- og trivselsmessige sidene ved gjennomføringa av turen (som det også er samla inn data om) blir analysert og presentert.

## 11 Litteratur

- Aas, Ø. & Vorkinn, M. 1991. Holdninger til fire tiltak som øker tilgjengeligheten til naturattraksjoner - en intervjuundersøkelse blant turister i Briksdalen, Nordfjord. - NINA Forskningsrapport 21.
- Aderhold, P. 1991. Den Danske Rejseanalyse 1991. En Analyse av Danskernes Rejseadfærd. - Danmarks Turistråd, København.
- Adler, J. 1989. Origins of Sightseeing. - Annals of Tourism Research 16/1.
- Arnesen, T. pers. medd. (Eigne ferdselsteljingar i samband med vurdering av slitasjenivå i høve til bruksintensitet).
- Arnesen, T. 1991. Sølendet naturreservat. Veiledning til natursti. - Botanisk avdeling, UNIT - Vitenskapsmuseet, Trondheim, og Røros kommune. (brosjyre).
- Arnesen, T. & Moen, A. 1991. Sølendet naturreservat. Årsrapport og oversyn over aktiviteten i 1991. - Botanisk notat 1, UNIT - Vitenskapsmuseet, Trondheim.
- Aubert, V. 1969. Det skjulte samfunn. - Universitetsforlaget.
- Berulfsen, B. & Svenkerud, H., red. 1968. Cappelens store Engelsk-Norsk Ordbok. - 4. opplag 1986. J. W. Cappelens Forlag, Oslo.
- Bryan, H. 1977. Leisure Value Systems and Recreational Specialization: The Case of Trout Fishermen. - Journal of Leisure Research 9 (3).
- Cohen, E. 1972. Toward a Sociology of International Tourism. - Social Research 39.
- Colton, C. W. 1987. Leisure, Recreation, Tourism. A Symbolic Interactionism View. - Annals of Tourism Research 14.
- Crask, M. R. 1981. Segmenting the Vacationer Market: Identifying the Vacation Preferences, Demographics, and Magazine Readership in Each Group. - Journal of Travel Research 2.
- Direktoratet for Naturforvaltning 1990. Naturveiledning, Referat fra idéugnad. - DN-notat 1990-1, Trondheim.
- Direktoratet for Naturforvaltning 1992. Forsøksprosjekt Naturveiledning. Årsrapport 1991. - DN-notat 1992-1, Trondheim.
- Edinger, A. 1986. Friluftsliv for alle. Om friluftsliv og veilederuddannelse i nordisk sammenheng. - I Olwig, K., red. Friluftsliv og natursyn. - Centring 7/2, Forlaget Bavnbank, Gerlev Idrætshøjskole, Slagelse.
- Evenås, M. I. 1991. Natur- og kulturvandringar i Os, Røros og Holtålen 1991, Foreløpig oppsummering. - Rørosmuseum, Røros.

- Fazio, J. pers. medd. (Foredrag om "Environmental Interpretation". - Fylkesmannen i Oppland, Miljøvernadv., 11.11. 1988. Lillehammer.)
- Ferrario, F. F. 1979. The Evaluation of Tourist Resources: an Applied Methodology, Part I and II. - *Journal of Travel Research* 3 & 4.
- Fitzgibbon, J. R. 1987. Market Segmentation Research in Tourism and Travel. - I Ritchie, J. R. B. & Goeldner, C. R., red. *Travel, Tourism, and Hospitality Research. A Handbook for Managers and Researchers.* - John Wiley & Sons, New York.
- Flognfeldt jr., T. 1992. Reiselivsundersøkelsen i Røros sommeren 1991. - Arbeidsrapport nr. 11, Institutt for Reiseliv, Oppland Distriktshøgskole.
- Geva, A. & Goldman, A. 1991. Satisfaction Measurement in Guided Tours. - *Annals of Tourism Research* 18 (2).
- Graziano, A. M. & Raulin, M. L. 1989. *Research Methods, A Process of Inquiry.* - Harper & Row, Publishers, New York.
- Gullestad, M. 1990. Naturen i norsk kultur. Foreløpige refleksjoner. - I Sørensen, T. D. & Frønes, I., red. *Kulturanalyse.* - Gyldendal.
- Gunn, C. A. 1972. *Vacationscape, Designing Tourist Regions.* - Austin, University of Texas.
- Gunn, C. A. 1988. *Tourism Planning.* - Second Edition, Revised and expanded - Taylor & Francis, New York.
- Halvorsen, K. 1989. Å forske på samfunnet, En innføring i samfunnsvitenskapelig metode. - 2. utgave. *Bedriftsøkonomens forlag A/S, Oslo.*
- Hammitt, W. E., Kaltenborn, B. P., Vistad, O. I., Emmelin, L. & Teigland, J. 1992. *Common Access Tradition and Wilderness Management in Norway: A Paradox for Managers.* - *Environmental Management* Vol 16/2.
- Hansson, A. 1990. *Karolinernes dødsmarsj i Tydalsfjellene (norsk utg.). - Seværdheter i Jämtland-Härjedalen. Jämtlands läns museum.*
- Haukeland, J. V., M. Nymoen & A. Rideng 1991. *Ferieundersøkelsen 1991. - TØI rapport 105/91, Oslo.*
- Hellevik, O. 1979. *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap.* -Universitetsforlaget, Oslo.
- Holloway, J. C. 1981. The Guided Tour. A Sociological Approach. - *Annals of Tourism Research* 8 (3).
- Hultman, S.-G. 1985. *Tolkning - En Sovande Jätte. Vidgad information om natur- och kulturlandskapet i Uppsala län.* - Sveriges Lantbruksuniversitet, Avdelningen för landskapsvård, Rapport 35. Uppsala.
- Iso-Ahola, S. E. 1989. Motivation for Leisure. - I Jackson, E. L. & Burton, T. L., red. *Understanding Leisure and Recreation: Mapping the Past, Charting the Future.* - Venture Publishing, Canada.
- Jacobsen, J. K. 1986. Bereist, belest og beleven. - I Flognfeldt jr., T.. *Kultur og Reiseliv.* - Norsk Kulturråd.
- Jacobsen, J. K. 1985. Hverdag, fritid og frihet. Om turisme som rekreasjon og som flukt. - I Veggeland, N. *Planleggingens muligheter* 3, Reiseliv og rekreasjon. - Universitetsforlaget, Oslo, s. 11 - 37.
- Jafari, J. 1986. A Systematic View of Sociocultural Dimensions of Tourism. - I The President's Commission On American's Outdoors. A Literature Review.
- Jervan, B. 1990. Motiver for å benytte organiserte tilbud, og hvem er produsentene. - I Jørstad, K. *Aktiviteter i reiselivet. Turoperasjon og utfluktsarrangementer.* - Norsk Reiselivsinstitutt A/S, Svolvær.
- Kaltenborn, B. P. 1991. Utkast til forvaltningsplan for turisme og friluftsliv på Svalbard. - NINA, Lillehammer.
- Kleiven, J. 1992. Aktivitetsmønstre i norsk ferie og fritid. - NINA Forskningsrapport 033.
- Knopf, R. C., Peterson, G. L. & Leatherberry, E. C. 1983. Motives for Recreation River Floating: Relative Consistency Across Settings. - *Leisure Sciences*, 5/3.
- Leiper, N. 1990. Tourist Attraction Systems. - *Annals of Tourism Research* 17/3.
- Lew, A. 1987. A Framework of Tourism Attraction Research. - *Annals of Tourism Research* 14, s. 553-575.
- Löfgren, O. 1990. *Längtan till landet Annorlunda.* - I Sveriges Turistråd. *Längtan till landet Annorlunda, Om turism i historia och nutid.* - Gidlunds, Stockholm.
- MacCannell, D. 1976. *The Tourist - A New Theory of the Leisure Class.* - Schocken Books, New York.
- McIntosh, R. W. & Goeldner, C. R. 1986. *Tourism - Principles, practices, philosophies.* - 5. utgåve. John Wiley & Sons, Inc. New York.
- McLaughlin, W. J., Krumpel, E. E. & Paradise, W. E. J. 1982. Do river floaters perceive river segments differently? should managers? - I Lime, D. W. red. *Forest and river recreation: research update.* - Misc. Publication 18, University of Minnesota, St. Paul, USA.
- Mill, R. C. & Morrison, A. M. 1985. *The Tourism System - An Introductory Text.* - Prentice-Hall, New Jersey.
- MMI (Markeds- og Mediatitutttet a.s.) 1988. *Meningsmåling om publikums vurdering av forhold som påvirker valg av feriested. Rapport utarbeidet for Næringsdepartementet.* - Oslo.
- Moen, A. & Rohde, T. 1985. *Skjøtselsplan for Sølendet Naturreservat, Røros kommune.* - Rapport 7, Miljøvernavdelinga, Fylkesmannen i Sør-Trøndelag.
- Moen, B. F. 1983. *Sølendet Naturreservat. En undervisningsenhet primært beregnet på grunnskolen.* - Trondheim Lærerhøgskoles skriftserie nr. 3.



- Moore, A. W. 1981. Tour Guides As a Factor in National Park Management. - Parks, Vol. 6 (1).
- Mykland, E. 1989. Reiselivsnæring og turisttrafikk i Lom kommune. - ØF-rapport 40. Østlandsforskning, avd. Lillehammer.
- Nordisk Ministerråd 1990. Naturvægledning i Norden. - NORD 52.
- Norusis, M. J. 1988. SPSS/PC+ V2.0 Base Manual. - SPSS Inc., Chicago.
- Nyberg, K. L. 1984. Some Radical Comments on Interpretation: A Little Heresy is Good for the Soul. - I Machlis, G. E. & Field, D. R. red. On Interpretation, Sociology for Interpreters of natural and Cultural History. - Oregon State University Press, Corvallis, Oregon.
- Nynorskordboka 1986. Definisjons- og rettskrivingsordbok. - Det Norske Samlaget, Oslo.
- Næringsdepartementet 1991. Den nasjonale Reiselivsstrategi. - Notat 1.10.1991, Reiselivsseksjonen.
- Plog, S. C. 1987. Understanding Psychographics in Tourism Research. - I Ritchie, J. R. B. & Goeldner, C. R., red. Travel, Tourism, and Hospitality Research. A Handbook for Managers and Researchers. - John Wiley & Sons, New York.
- Roggenbuck, J. W. & Williams, D. R. 1991. Commercial tour guides' effectiveness as nature educators. - WLRA Congress, Sydney, Australia: 15. - 18.7.1991. Session: Tourism i National Parks.
- Røros Kommune & Fylkesmannen i Sør-Trøndelag 1989. Røroslandskapet. - Røros.
- Røros Reiselivslag 1990. Årsberetning 1990. - Røros.
- Røros Reiselivslag 1991. Røros Guide, juni - september 1991. - Røros.
- Schmidt, C. J. 1979. The Guided Tour, Insulated Adventure. - Urban Life 7/4.
- Sharp, G. W., red. 1976. Interpreting the Environment. - John Wiley & Sons, New York
- Skirbekk, G. 1981. Nasjon og natur. Eit essay om den norske veremåten. - I Bjugn, S. S., Hageberg, O. & Time, S., red. Eit våpen mot vanen, Nye norske essay. - Det Norske Samlaget.
- Slingsby, W. C. 1904. Norway, The Northern Playground. - Edinburgh. Norsk utgåve 1966: Til fjells i Norge. - Cappelen, Oslo.
- Smith, S. L. J. 1989. Tourism Analysis, A handbook. - Longman Scientific & Technical, England.
- Smith, V. L., red. 1989a. Hosts and Guests - The Anthropology of Tourism. - 2. utg. University of Pennsylvania press, Philadelphia.
- Snepenger, D. J. 1987. Segmenting the Vacation Market by Novelty-Seeking Role. - Journal of Travel Research 2.
- SPSS Inc. 1989. SPSS/PC+ Update for V3.0 and V3.1. - SPSS Inc., Chicago.
- Stankey, G. H. & Schreyer, R. 1987. Attitudes toward wilderness and factors affecting visitor behavior: A state-of-knowledge review. - I Proceedings - National Wilderness Research Conference. Issues, State-of-Knowledge, Future Directions - GTR INT-220. Intermountain Research Station, Utah, USA.
- Svalastog, S. 1990. Innpassing av reiseliv i lokale samfunn. - Fritidsforum, Tidsskrift om fritiden, om fritidskultur og fritidsforskning. Dansk Fritidsforum, Nykøbing, Danmark.
- Tilden, F. 1957. Interpreting our heritage. - Third Edition 1977, The University of North Carolina Press, USA.
- Tjade, A. S. 1990. Tilgjengelighet og reiselivsmarked. En studie av reiselivsmarkedet for Røros sett i lys av tilgjengeligheten til stedet. - Transportøkonomisk rapport, Oslo.
- Troye, S. V. & Heide, M. 1987. Gjesteundersøkelsene i Indre Nordfjord, Kristiansand og Vesterålen sommeren 1986. - Delrapport 1, Rapport 2/87. Senter for anvendt forskning, Norges Handelshøyskole, Bergen.
- Ulrich, R. S. 1983. Aesthetic and Affective response to Natural Environment. - I Altman, I. & Wohlwill, J. F., red. Behavior and the Natural Environment. Human Behavior and Environment. - Advances in Theory and Research, Vol. 6 - Plenum Press, New York.
- Undheim, J. O. 1985. Innføring i statistikk for samfunnsvitenskapelige fag. - Universitetsforlaget A/S, Oslo.
- UNESCO 1990. The World Heritage. - Brosjyre.
- Uysal, M. & McDonald, C. D. 1989. Visitor Segmentation By Trip Index - Journal of Travel Research 3.
- Uzzell, D. L. 1989. Introduction: The Visitor Experience. - I Uzzell, D. L., red. Heritage Interpretation, Volume 2: The Visitor Experience - Belhaven Press, London.
- Vistad, O.I. & Vorkinn, M. i manus. Bruk og forvaltning av Stabbursdalen Nasjonalpark - Resultat frå ei førundersøking. - NINA utredning.
- Woodside, A. G. & Lysonski, S. 1989. A General Model of Traveler Destination Choice. - Journal of Travel Research, Spring (4).
- Yuan, S. & McDonald, C. 1990. Motivational Determinates of International Pleasure Time. - Journal of Travel Research 29/1.
- Ödmann, E., Bucht, E. & Nordström, M. 1982. Vildmarken och välfärden, Om naturskyddslagsstiftningens tillkomst. - Liber Förlag, Stockholm.

## Vedlegg 1

### **GUIDA TURER I RØROS-OMRÅDET!**

*Du har mange å velge mellom i sommer,  
for eksempel:*

#### **NATURSTIEN PÅ SØLENDET**

**Opplev naturreservatet i Brekken  
med rike kulturtradisjoner. 2-3 timers  
vandring med guide, hver onsdag,  
fredag, lørdag og søndag, kl. 12.00**

#### **BYVANDRING I BERGSTADEN**

**Én times vandring med guide i  
den gamle Bergstad; turen starter ved  
Turistkontoret og avsluttes i kjerka.  
Hverdager: 12.00 og 15.00. Sønd.: 15.00**

*Ta kontakt med  
Turistkontoret eller Rørosmuséet!*

*De forteller også om andre guida turer!*



## Vedlegg 2

# Bli med på en GUIDA TUR LANGS NATURSTIEN PÅ SØLENDET



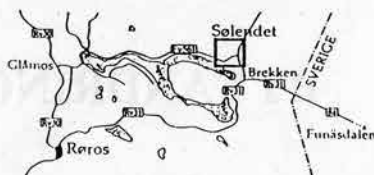
Sølandet er et av Norges største rikmyrområder. Flere sjeldne planter opptrer i store mengder, og her finnes bl.a. 12 orkidéarter.

I flere hundre år har gårdene i Brekken slått på Sølandet. Høyet ble lagra i lauer og høystakker, og henta ned om vinteren. I 1950-åra ble det slutt på slått, og Sølandet begynte å gro til.



*I 1974 ble Sølandet verna som naturreservat, og etter den tid er det lagt ned mye arbeid i rydding og slått, samt restaurering av gamle lauer og buer.*

Oversiktskart:



**GUIDA TURER, fram til midten av august:  
ONSDAG, FREDAG, LØRDAG OG  
SØNDAG KL. 12.00.**

Møt fram på parkeringsplassen.

Turen tar omlag 2 timer.

På søndager koker vi kaffe og steiker pølser.

Turen koster 10 kr (20 kr på søndager).

Du får mer informasjon på Turistkontoret eller Rørosmuséet.





0 35

**nina**  
**forsknings-**  
**rapport**

ISSN 0802-3093  
ISBN 82-426-0272-7

Norsk institutt for  
naturforskning  
Tungasletta 2  
7005 Trondheim  
Tel. (07) 58 05 00